

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

DAYANA CRISTINA BARBOZA CARNEIRO

**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DISCURSO:**  
**Disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão  
em Mariana-MG**

Mariana  
2017

DAYANA CRISTINA BARBOZA CARNEIRO

**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DISCURSO:**

**Disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão em Mariana-MG**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop) como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Jan Alyne Barbosa Prado

Linha de pesquisa: Interações e emergências da comunicação

Mariana

2017

C289c Carneiro, Dayana Cristina Barboza .  
Comunicação Organizacional e discurso [manuscrito]: disputa de sentidos na fanpage da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão em Mariana-MG / Dayana Cristina Barboza Carneiro. - 2017.  
318f.: il.: color; graf; tabs.

Orientador: Profa. Dra. Jan Alyne Barbosa Prado.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação e Temporalidades.

1. Comunicação nas organizações. 2. Análise do Discurso. 3. Facebook (Rede social on-line). 4. Minas e recursos minerais - Samarco Mineração S. A.. I. Prado, Jan Alyne Barbosa. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

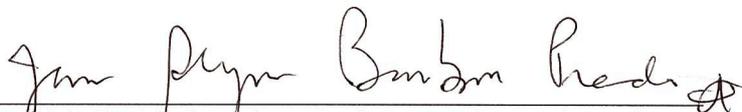
CDU: 316.77

Dayana Cristina Barboza Carneiro

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DISCURSO: DISPUTA  
DE SENTIDOS NA FANPAGE DA SAMARCO A PARTIR DA  
RUPTURA DA BARRAGEM DE FUNDÃO EM MARIANA-MG.

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas  
(ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)  
como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre  
em Comunicação, aprovado em 7 de abril de 2017.

Banca Examinadora:

  
\_\_\_\_\_  
Prof.(a). Dr.(a). Jan Alyne Barbosa Prado – Orientador(a)  
(UFOP)

  
\_\_\_\_\_  
Prof.(a). Dr.(a). Reges Toni Schwaab (UFSM)

  
\_\_\_\_\_  
Prof.(a). Dr.(a). Ivone de Lourdes Oliveira (PUC MINAS)

Dedico este trabalho a todos aqueles que tiveram suas vidas atingidas pela ruptura da barragem de Fundão.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que iluminou minha trajetória e que se fez presente, em forma de serenidade e força, nos momentos mais difíceis.

À prof<sup>ª</sup>. Jan Alyne Barbosa Prado, minha querida orientadora, pela dedicação e por sempre acreditar em mim. Sou grata pela oportunidade de ter sido orientada por uma pessoa tão competente e que, ao mesmo tempo, ofereceu afeto e compreensão ao longo desse caminho. “Sigamos firme no passo!”.

Aos membros da banca avaliadora, prof. Reges Schwaab e prof<sup>ª</sup>. Ivone de Lourdes Oliveira, pelas contribuições ao trabalho, construídas com base em leituras atentas e compromissadas, e pela generosidade com a qual sempre se referiram a mim e à pesquisa.

Aos professores que, de diferentes maneiras, contribuíram para que o mestrado fosse um processo de aprendizado em todos os sentidos: prof<sup>ª</sup>. Hila Bernardete Silva Rodrigues, prof<sup>ª</sup>. Marta Regina Maia, prof. Gilvan Ferreira de Araújo, prof. Evaldo Fonseca Magalhães, prof. Washington Luis Vieira da Silva, prof<sup>ª</sup>. Débora Walter dos Reis e prof<sup>ª</sup>. Dulce Maria Pereira.

Aos amigos do mestrado, pela amizade. Seremos sempre lembrados como a primeira turma do PPG-Com-Ufop, mas também por sermos um grupo que fez da diversidade o seu ponto de convergência. Lile, Diza, Nara, Ana Del Rodo, Day Morena, Ana Maravilhosa, Flávio, Kamilla, Dani, Bruna e Luana, tenho motivos para me lembrar de cada um de vocês de forma única. Em especial, agradeço à Lile por ter se tornado uma parceira para todas as horas, o que fez com que esse caminho fosse mais suave. À Diza, pelas palavras de incentivo e por semear entre nós positividade e confiança, essenciais nessa trajetória. À Nara, pela boa vontade e pelo apoio no processo de imersão na Análise do Discurso.

Aos mestres e colegas do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo – Conjor/Ufop, pelas trocas e ensinamentos.

Aos alunos da turma de *Webjornalismo* 2016.1, por me proporcionarem uma experiência tão enriquecedora e prazerosa durante o estágio de docência.

Aos colegas servidores da Ufop, em especial, à Renata, pelo apoio e incentivo.

À Prefeitura Municipal de Mariana, sobretudo, à jornalista Kíria Ribeiro e ao secretário interino de Cultura e Turismo, José Luiz Papa, pela colaboração com a pesquisa.

À Fernanda de Lima Ferreira, jornalista da Samarco, pela disponibilidade em conceder a entrevista para a pesquisa.

Ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Ufop, representado pelo prof. Frederico de Mello Brandão Tavares, pela aposta no projeto e pela forma atenciosa como sempre tratou as demandas que surgiram ao longo dessa caminhada.

À Universidade Federal de Ouro Preto, por ter permitido a redução da minha carga horária no período de desenvolvimento da pesquisa, o que foi essencial nesse processo.

Às “amigas da Chácara” por se fazerem presentes em todas as etapas da minha vida. Agradeço, especialmente, à Lili, pelo empenho em me ajudar na busca por informações para a pesquisa.

À minha madrinha, tia Januária, por sempre estar ao meu lado com carinho e dedicação.

Aos meus afilhados, Stella, Augusto, Leonardo e Tallisa, por me fazerem lembrar o que de fato é importante nessa vida.

Aos meus filhos “catoríneos” Bob e Belinha, por alegrarem meus dias.

Ao meu irmão, Filipe, pelas palavras de incentivo ditas durante esse percurso e por ser uma inspiração para mim. À minha cunhada, Amanda, por ter se revelado uma amiga durante esse processo, sempre disposta a ouvir sobre os meus “dilemas acadêmicos”.

Aos meus pais, Sônia e Antônio, que, ao longo da minha vida, não mediram esforços para que fosse possível alcançar meus sonhos.

Ao meu amor, Lucas, pelo apoio incondicional e por ter me permitido dividir, ao longo desses dois anos, alegrias e angústias. Somente você sabe o quanto esse percurso foi intenso em nossas vidas, marcado pela superação de desafios, mas também por vitórias. Te amo!

*“Não é uma questão de não existir um mundo social estável a ser conhecido, mas de que o conhecimento deste mundo contribui para seu caráter instável ou mutável”.*

*(Anthony Giddens, As consequências da modernidade, 1991, p. 51).*

## RESUMO

Com esta pesquisa, objetiva-se investigar a disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão, em Mariana-MG. O alicerce teórico é construído com base nas discussões acerca do ambiente digital, com destaque para o *Facebook*, a Comunicação Organizacional contemporânea e a Análise do Discurso (AD). Assim, primeiramente, dá-se relevo ao ambiente midiático em que os discursos estão inscritos a partir do delineamento do *Facebook* sob duas acepções: o conceito de redes sociais na internet (RECUERO 2009; 2015) e os princípios que caracterizam os novos *media*, proposição de Manovich (2005). No que se refere às discussões sobre a Comunicação Organizacional (CO) contemporânea, a abordagem é feita sob o viés do Paradigma da Complexidade, com base nas reflexões de Morin (2003; 2015) e Scroferneker (2008; 2012; 2015). Debate-se, também, a reconfiguração da CO diante dos processos comunicacionais constituídos em ambientes digitais, considerando o potencial de participação dos públicos e a apropriação das plataformas de comunicação digitais como ferramentas da Comunicação Organizacional. Depois, aborda-se a Análise do Discurso (AD) e as noções-conceito de Condições de produção, Memória discursiva, Estratégias discursivas, Contrato de comunicação e Acontecimento discursivo, com base nas reflexões de autores como Pêcheux (1995), Orlandi (2012) e Charaudeau (2008; 2009abc; 2010). Com fundamento nessa tessitura conceitual, a metodologia foi desenvolvida em duas fases: na primeira, abordou-se a dinâmica dos discursos produzidos pela Samarco no período de 5 de novembro de 2015 a 5 de dezembro de 2015, recorte temporal da pesquisa. Após isso, foram selecionadas três postagens da empresa e seus respectivos comentários para uma análise aprofundada, considerando, também, as especificidades do ambiente digital e o modo como esse espaço midiático conforma a construção discursiva. Além disso, a entrevista realizada com a jornalista responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco contribuiu, de modo especial, para o entendimento acerca das condições de produção do discurso institucional. A análise propiciou a apreensão da disputa de sentidos constituída entre a empresa e os usuários e também entre os próprios usuários – com embates ou identificações –, tendo como pano de fundo as temáticas relacionadas à ruptura da barragem de Fundão que emergiram na página da Samarco no primeiro mês após o ocorrido.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional. Análise do Discurso (AD). *Facebook*. Samarco Mineração.

## ABSTRACT

With this research, we aim at investigating the dispute of meanings constituted on Samarco's Facebook fanpage in the first month after the burst of Fundão dam, in Mariana-MG. The theoretical foundation is built on discussions about digital environment, especially Facebook, Contemporary Organizational Communication and Discourse Analysis. Firstly, the media environment in which the discourses are written, based on the design of Facebook, is highlighted in two ways: the concept of social networks on the Internet (RECUERO 2009; 2015) and the principles that characterize the new media, a proposition of Manovich (2005). With regard to the discussions on contemporary Organizational Communication (OC), the approach is made under the bias of the Complexity Paradigm, based on the thoughts of Morin (2003, 2015) and Scroferneker (2008; 2012; 2015). We also discuss the reconfiguration of OC in the context of communication processes in digital environments, considering the potential of public participation and the appropriation of digital communication platforms as tools of Organizational Communication. After these discussions, we built approaches to the "speech space" of Discourse Analysis, and the concept notions of Conditions of Production, Discursive Memory, Discursive Strategies, Contract of Communication and discursive event, based on the reflections undertaken by authors such as Pêcheux (1995), Orlandi (2012) and Charaudeau (2008; 2009abc; 2010). Based on this conceptual framework, the methodology was developed in two phases: in the first one, we dealt with the dynamics of the speeches produced by Samarco from November 5<sup>th</sup>, 2015 to December 5<sup>th</sup>, 2015, the temporal cut of the research. After that, three postings made by the company and their respective comments were selected for an in-depth analysis considering also the specificities of the digital environment and the way in which this media space conforms the discursive construction. In addition, the interview conducted with the journalist who manages Samarco's fanpage contributed, in a special way, to understand the conditions of production of the institutional discourse. The analysis led to the apprehension of the dispute between the company and the users, as well as among users themselves - from clashes or identifications - having as background the issues related to the rupture of Fundão dam that emerged on Samarco's fanpage in the first month after the event.

**Keywords:** Organizational Communication. Discourse Analysis. Facebook. Samarco Mineração (Mining).

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Gráfico da Prefeitura de Mariana sobre a evolução da CFEM 2013-2016 .....	76
Figura 1 – Foto da postagem nº 66, de 20 de novembro de 2015 .....	105
Figura 2 – Foto da postagem nº 75, de 23 de novembro de 2015 .....	105
Figura 3 – Foto do álbum “Frentes de ação da Samarco em números” (postagem nº 124, de 5 de dezembro de 2015) .....	106
Figura 4 – Foto da postagem nº 117, de 3 de dezembro de 2015 .....	108
Figura 5 – Foto do álbum “Frentes de ação da Samarco em números” (postagem nº 124, de 5 de dezembro de 2015) .....	109
Figura 6 – Imagem da postagem nº 62, de 19 de novembro de 2015 .....	109
Figura 7 – Infográfico da postagem nº 93, de 28 de novembro de 2015 .....	111
Figura 8 – Postagem do Comunicado oficial (vídeo) do diretor-presidente da Samarco Ricardo Vescovi .....	112
Figura 9 – Nuvem de palavras gerada pelo discurso do diretor-presidente da Samarco, Ricardo Vescovi .....	114
Figura 10 – Política de Relacionamento da Página .....	146
Figura 11 – Postagem do comunicado sobre envio de água para Governador Valadares .....	182
Figura 12 – Nuvem de palavras gerada pelo texto do comunicado sobre a distribuição de água em Governador Valadares .....	183
Figura 13 – Álbum de fotos “Desastre ambiental” .....	196
Figura 14 – <i>Link</i> indisponível .....	198
Figura 15 – Postagem Ações assistenciais da Samarco .....	226
Figura 16 – Nuvem de palavras gerada a partir do texto da postagem Ações assistenciais da Samarco .....	230
Figura 17 – Página da Associação de Moradores de Regência .....	241
Figura 18 – Álbum de fotos da matéria “Vale jogou mais lama em barragem do que havia declarado, aponta laudo” .....	242
Figura 19 – Postagem do usuário inserida como <i>link</i> .....	244
Figura 20 – Janela inicial do menu “Denunciar página” da <i>fanpage</i> .....	257

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Funções dos gerenciadores e possibilidades de atuação na <i>fanpage</i> .....	50
Quadro 2 – Categorias e recursos disponíveis na <i>fanpage</i> .....	51
Quadro 3 – Ações de moderação na <i>fanpage</i> .....	53
Quadro 4 – Seleção do <i>corpus</i> .....	88
Quadro 5 – Expressões-chave - postagens do tipo Institucional .....	95
Quadro 6 – Postagens da Samarco: boatos em redes sociais .....	96
Quadro 7 – Postagens do tipo Ações assistenciais .....	97
Quadro 8 – Postagens Samarco – Ações assistenciais .....	98
Quadro 9 – Expressões-chave - postagens do tipo Meio ambiente/água .....	99
Quadro 10 – Postagens Samarco – Meio ambiente/água .....	99
Quadro 11 – Postagens Samarco – 1ª publicação .....	100
Quadro 12 – Postagens Samarco – “todos os esforços” .....	101
Quadro 13 – Postagens Samarco – parcerias .....	102
Quadro 14 – Postagens Samarco – relacionamento com a comunidade .....	103
Quadro 15 – Postagens Samarco – credibilidade .....	104
Quadro 16 – Discurso institucional – comunicado oficial (vídeo) .....	113
Quadro 17 – Correlação entre as postagens – discurso institucional .....	116
Quadro 18 – Condições de produção - engajamento dos usuários .....	118
Quadro 19 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (apoio imediato aos atingidos) .....	119
Quadro 20 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (usuários “vigilantes”) .....	120
Quadro 21 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (omissão da empresa) .....	120
Quadro 22 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (animais) ..	121
Quadro 23 - Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (futuro dos afetados pela ruptura) .....	122
Quadro 24 – Condições de produção - cenário político .....	123
Quadro 25 – Condições de produção – cenário político – comparações .....	123
Quadro 26 – Condições de produção - cenário político .....	124

Quadro 27 – Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário .....	125
Quadro 28 – Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário .....	126
Quadro 29 – Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário .....	126
Quadro 30 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários .....	127
Quadro 31 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários .....	127
Quadro 32 – Ambiente digital – (não) marcação de usuários pela empresa .....	128
Quadro 33 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários .....	129
Quadro 34 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários .....	129
Quadro 35 – Propósito discursivo dos <i>hiperlinks</i> .....	130
Quadro 36 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> pelos usuários .....	132
Quadro 37 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> pelos usuários .....	132
Quadro 38 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> pelos usuários .....	134
Quadro 39 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> pelos usuários .....	135
Quadro 40 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> nas respostas da Samarco .....	135
Quadro 41 – Ambiente digital – uso de <i>links</i> nas respostas da Samarco .....	136
Quadro 42 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários à primeira postagem .....	137
Quadro 43 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	138
Quadro 44 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	139
Quadro 45 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	139
Quadro 46 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	140
Quadro 47 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	141
Quadro 48 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	142
Quadro 49 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	143
Quadro 50 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários da postagem Comunicado Oficial (vídeo) e a função que cumprem na dinâmica discursiva .....	143
Quadro 51 – Ambiente digital – <i>emojis</i> .....	144
Quadro 52 – Ambiente digital – <i>emojis</i> .....	144
Quadro 53 - Memória discursiva - empresa séria .....	148
Quadro 54 – Memória discursiva - empresa séria .....	148
Quadro 55 – Memória discursiva - empresa exploradora .....	149
Quadro 56 – Memória discursiva – empresa exploradora .....	150
Quadro 57 – Memória discursiva – atividade mineradora .....	151
Quadro 58 – Novos dizeres possíveis .....	152
Quadro 59 – Referência à população afetada pela ruptura da barragem .....	153

Quadro 60 – Referência ao ocorrido – acidente .....	154
Quadro 61 – Referência ao ocorrido – acidente .....	155
Quadro 62 – Referência ao ocorrido – acidente .....	155
Quadro 63 – Referência ao ocorrido – acidente .....	156
Quadro 64 – Referência ao ocorrido – tragédia .....	157
Quadro 65 – Referência ao ocorrido – tragédia .....	157
Quadro 66 – Posições enunciativas .....	158
Quadro 67 – Posições enunciativas .....	159
Quadro 68 – Posições enunciativas .....	159
Quadro 69 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco ....	159
Quadro 70 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco ....	160
Quadro 71 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – personalização .....	160
Quadro 72 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional devido ao conhecimento sobre a realidade local .....	161
Quadro 73 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação .....	162
Quadro 74 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação .....	162
Quadro 75 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - menção à expressão facial do diretor-presidente .....	163
Quadro 76 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – Ironia .....	164
Quadro 77 – Padrões de respostas da Samarco .....	165
Quadro 78 – Padrões de respostas “combinados” .....	166
Quadro 79 – Disputa de sentidos Empresa X usuários - reações às respostas-padrão .....	169
Quadro 80 – Disputa de sentidos Empresa X usuários - reações às respostas-padrão .....	169
Quadro 81 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração para subsistência humana .....	170
Quadro 82 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração pela dependência econômica .....	171
Quadro 83 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração pela dependência econômica .....	172
Quadro 84 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa .....	173

Quadro 85 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa .....	173
Quadro 86 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - reformulação tendenciosa .....	174
Quadro 87 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - reformulação tendenciosa .....	175
Quadro 88 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - efeito de verdade .....	176
Quadro 89 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – Ironia .....	178
Quadro 90 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	179
Quadro 91 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	179
Quadro 92 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	180
Quadro 93 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “reiterador” .....	181
Quadro 94 – Quantificação das ações .....	184
Quadro 95 – Condições de produção - questões ambientais .....	185
Quadro 96 – Condições de produção - impactos da chegada da lama .....	186
Quadro 97 – Condições de produção - quantidade insuficiente de água .....	187
Quadro 98 – Condições de produção - engajamento dos usuários .....	188
Quadro 99 – Condições de produção - engajamento dos usuários .....	188
Quadro 100 – Condições de produção - preocupação com ações futuras .....	189
Quadro 101 – Condições de produção - cenário político local .....	189
Quadro 102 – Condições de produção - condição de identidade .....	190
Quadro 103 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário .....	191
Quadro 104 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário .....	191
Quadro 105 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário .....	192
Quadro 106 – Ambiente digital - marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários .....	193
Quadro 107 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	194
Quadro 108 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	196
Quadro 109 – Propósito discursivo <i>hiperlinks</i> - relação temporal .....	197
Quadro 110 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	197
Quadro 111 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	198
Quadro 112 – Ambiente digital - possibilidade de edição dos discursos .....	199
Quadro 113 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários da postagem Comunicado sobre o envio de água para Governador Valadares .....	200
Quadro 114 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	200
Quadro 115 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	201
Quadro 116 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	202

Quadro 117 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	202
Quadro 118 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	203
Quadro 119 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários da postagem Comunicado sobre o envio de água para Governador Valadares .....	204
Quadro 120 – Ambiente digital – <i>emojis</i> .....	204
Quadro 121 – Memória discursiva - empresa séria .....	205
Quadro 122 – Memória discursiva - empresa exploradora .....	206
Quadro 123 – Novos dizeres possíveis .....	206
Quadro 124 – Novos dizeres possíveis .....	207
Quadro 125 – Novos dizeres possíveis .....	208
Quadro 126 – Referência ao ocorrido – acidente .....	209
Quadro 127 – Referência ao ocorrido – acidente .....	210
Quadro 128 – Referência ao ocorrido – tragédia .....	210
Quadro 129 – Referência ao ocorrido – tragédia .....	211
Quadro 130 – Posições enunciativas .....	212
Quadro 131 – Posições enunciativas .....	212
Quadro 132 – Posições enunciativas .....	212
Quadro 133 – Posições enunciativas .....	213
Quadro 134 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco ..	213
Quadro 135 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local .....	214
Quadro 136 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local .....	215
Quadro 137 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – (des)credibilização do discurso institucional - Outras fontes de informação .....	215
Quadro 138 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação .....	216
Quadro 139 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – Ironia .....	216
Quadro 140 – Padrões de respostas da Samarco .....	217
Quadro 141 – Padrões de respostas da Samarco .....	219
Quadro 142 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão .....	219
Quadro 143 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão .....	221
Quadro 144 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – conhecimento sobre a realidade local .....	222

Quadro 145 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – conhecimento sobre a realidade local .....	223
Quadro 146 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco .....	223
Quadro 147 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	224
Quadro 148 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – Ironia .....	225
Quadro 149 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao <i>slogan</i> .....	227
Quadro 150 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao <i>slogan</i> .....	228
Quadro 151 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao <i>slogan</i> .....	228
Quadro 152 – Análise do discurso institucional – Ações assistenciais da Samarco .....	229
Quadro 153 – Análise do discurso institucional – Ações assistenciais da Samarco .....	229
Quadro 154 – Condições de produção - temáticas da terceira postagem .....	231
Quadro 155 – Condições de produção - preocupação com a alocação das vítimas .....	231
Quadro 156 – Condições de produção - preocupação com as ações futuras .....	232
Quadro 157 – Condições de produção - iminência do fechamento da empresa .....	233
Quadro 158 – Condições de produção - iminência do fechamento da empresa .....	233
Quadro 159 – Condições de produção - cenário político .....	235
Quadro 160 – Condições de produção - cenário político .....	235
Quadro 161 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário .....	236
Quadro 162 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário .....	237
Quadro 163 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários .....	237
Quadro 164 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários ....	238
Quadro 165 – Ambiente digital - possibilidade de edição dos discursos .....	240
Quadro 166 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	242
Quadro 167 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	243
Quadro 168 – Ambiente digital - uso de <i>links</i> pelos usuários .....	244
Quadro 169 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários da postagem Ações assistenciais ....	245
Quadro 170 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	245
Quadro 171 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	246
Quadro 172 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	247
Quadro 173 – Ambiente digital – <i>hashtags</i> .....	248
Quadro 174 – <i>Hashtags</i> encontradas nos comentários da postagem Ações assistenciais e a função que cumprem na dinâmica discursiva .....	248
Quadro 175 – Ambiente digital – <i>emojis</i> .....	249

Quadro 176 – Ambiente digital – <i>emojis</i> .....	249
Quadro 177 – Memória discursiva - empresa séria X empresa exploradora .....	250
Quadro 178 – Memória discursiva - empresa exploradora .....	250
Quadro 179 – Novos dizeres possíveis .....	251
Quadro 180 – Novos dizeres possíveis .....	251
Quadro 181 – Referência ao ocorrido – acidente .....	252
Quadro 182 – Referência ao ocorrido – acidente .....	252
Quadro 183 – Referência ao ocorrido – acidente .....	253
Quadro 184 – Referência ao ocorrido – tragédia .....	253
Quadro 185 – Posições enunciativas .....	254
Quadro 186 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco ..	254
Quadro 187 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco ..	255
Quadro 188 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local .....	255
Quadro 189 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – reação à postagem da Samarco ..	256
Quadro 190 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – reação à postagem da Samarco ..	256
Quadro 191 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação .....	256
Quadro 192 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – Ironia .....	257
Quadro 193 – Padrões de respostas da Samarco .....	258
Quadro 194 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão .....	259
Quadro 195 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão .....	259
Quadro 196 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - polarização dos discursos .....	259
Quadro 197 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a realidade local .....	261
Quadro 198 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a realidade local .....	262
Quadro 199 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco .....	262
Quadro 200 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco .....	263
Quadro 201 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – Ironia .....	264
Quadro 202 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	264
Quadro 203 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante” .....	265

Quadro 204 – Comparação entre os padrões de resposta utilizados pela Samarco na <i>fanpage</i> .....	268
Quadro 205 – Taxa de participação da Samarco .....	269
Quadro 206 – Elementos característicos do <i>Facebook</i> e a função que cumprem na dinâmica discursiva .....	271
Quadro 207 – Resumo das principais estratégias discursivas utilizadas pela empresa .....	276
Quadro 208 – Resumo das principais estratégias discursivas utilizadas pelos usuários .....	276
Quadro 209 – Elementos de uma troca linguageira segundo Charaudeau (2009b) .....	278

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	21
1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS A RESPEITO DA PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL <i>FACEBOOK</i> .....	25
1.1 O <i>Facebook</i> sob a ótica do conceito de redes sociais na internet .....	25
1.2 <i>Facebook</i> e ambiente digital: a plataforma como novo <i>media</i> .....	29
2 APONTAMENTOS SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL CONTEMPORÂNEA .....	39
2.1 A Comunicação Organizacional sob o viés do Paradigma da Complexidade.....	39
2.2 A Comunicação Organizacional em ambiente digital .....	44
3 REFLEXÕES TEÓRICAS COMO SUBSÍDIOS PARA A ANÁLISE DO DISCURSO (AD).....	55
3.1 A Análise do Discurso .....	55
3.2 Ideologia e Sujeito .....	58
3.3 Formação Discursiva (FD) .....	61
3.4 Condições de produção.....	63
3.5 Memória discursiva .....	68
3.5.1 O papel da atividade mineradora em Mariana-MG .....	69
3.6 Estratégias discursivas.....	78
3.7 Contrato de comunicação .....	80
3.8 Acontecimento discursivo .....	82
4. METODOLOGIA .....	86
4.1 Delimitação do <i>corpus</i> .....	86
4.2 Etapas da pesquisa .....	89
4.2.1 Análise do discurso (AD) .....	89
4.2.2 Entrevista .....	90
4.3 Análise das postagens da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão .....	91
4.4 Análise das três postagens da Samarco selecionadas e dos seus respectivos comentários	111
4.4.1 Primeira postagem: Comunicado oficial (vídeo) do diretor-presidente da Samarco Ricardo Vescovi .....	112
4.4.1.1 Condições de produção .....	117
4.4.1.2 Especificidades do <i>Facebook</i> como um ambiente digital .....	124

4.4.1.2.1	Marcação do usuário como <i>link</i> na postagem .....	125
4.4.1.2.2	<i>Links</i> .....	130
4.4.1.2.3	<i>Hashtags</i> .....	136
4.4.1.2.4	<i>Emojis</i> .....	144
4.4.1.2.5	Ações de configuração da <i>fanpage</i> .....	145
4.4.1.3	Memória discursiva .....	147
4.4.1.4	Novos dizeres possíveis .....	151
4.4.1.5	Os sentidos e as palavras .....	152
4.4.1.5.1	Referência ao ocorrido: “acidente” .....	154
4.4.1.5.2	Referência ao ocorrido: “tragédia” .....	156
4.4.1.6	Posições enunciativas .....	158
4.4.1.7	Disputa de sentidos: Empresa X Usuários .....	159
4.4.1.7.1	Padrões de resposta da Samarco .....	164
4.4.1.8	Disputa de sentidos: Usuários X Usuários .....	170
4.4.2	Segunda postagem: Comunicado sobre envio de água para Governador Valadares ...	182
4.4.2.1	Condições de produção .....	184
4.4.2.2	Especificidades do <i>Facebook</i> como um ambiente digital .....	190
4.4.2.2.1	Marcação do usuário como <i>link</i> na postagem .....	190
4.4.2.2.2	<i>Links</i> .....	193
4.4.2.2.3	<i>Hashtags</i> .....	200
4.4.2.2.4	<i>Emojis</i> .....	204
4.4.2.3	Memória discursiva .....	205
4.4.2.4	Novos dizeres possíveis .....	206
4.4.2.5	Os sentidos e as palavras .....	209
4.4.2.5.1	Referência ao ocorrido: “acidente” .....	209
4.4.2.5.2	Referência ao ocorrido: “tragédia” .....	210
4.4.2.6	Posições enunciativas .....	211
4.4.2.7	Disputa de sentidos: Empresa X Usuários .....	213
4.4.2.7.1	Padrões de resposta da Samarco .....	217
4.4.2.8	Disputa de sentidos: Usuários X Usuários .....	221
4.4.3	Terceira postagem: Ações assistenciais da Samarco .....	225
4.4.3.1	Condições de produção .....	230
4.4.3.2	Especificidades do <i>Facebook</i> como um ambiente digital .....	236
4.4.3.2.1	Marcação do usuário como <i>link</i> na postagem .....	236

4.4.3.2.2 <i>Links</i> .....	241
4.4.3.2.3 <i>Hashtags</i> .....	245
4.4.3.2.4 <i>Emojis</i> .....	248
4.4.3.3 Memória discursiva .....	249
4.4.3.4 Novos dizeres possíveis .....	250
4.4.3.5 Os sentidos e as palavras .....	251
4.4.3.5.1 Referência ao ocorrido: “acidente” .....	251
4.4.3.5.2 Referência ao ocorrido: “tragédia” .....	253
4.4.3.6 Posições enunciativas .....	254
4.4.3.7 Disputa de sentidos: Empresa X Usuários .....	254
4.4.3.7.1 Padrões de resposta da Samarco .....	257
4.4.3.8 Disputa de sentidos: Usuários X Usuários .....	259
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	266
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	281
APÊNDICE – Transcrição da entrevista com a responsável pelo gerenciamento da <i>fanpage</i> da Samarco, Fernanda de Lima Ferreira .....	290

## INTRODUÇÃO

Acidente; Negligência; Tragédia; Crime; Desastre. A ruptura da barragem de Fundão em Mariana-MG, ocorrida no dia 5 de novembro de 2015, acionou diversos enunciados em diferentes espaços midiáticos. O fato ganhou repercussão na imprensa brasileira e internacional devido à sua gravidade: cerca de 32,6 milhões de metros cúbicos de rejeitos de minério de ferro formaram uma grande torrente de lama que atingiu, primeiramente, o subdistrito de Bento Rodrigues, a 35km do Centro Histórico de Mariana, deixando feridos e 19 vítimas fatais.

A lama avançou pelas águas e alcançou o rio Doce. Com isso, os moradores das cidades banhadas pelo rio, como Governador Valadares, em Minas Gerais, e Colatina, no Espírito Santo, tiveram o fornecimento de água interrompido e presenciaram a consequência da chegada dos rejeitos para a fauna e a flora locais. Somente após 17 dias seguindo o curso dos rios, a lama desembocou no mar do Espírito Santo. No total<sup>1</sup>, 35 cidades mineiras e quatro capixabas foram atingidas. Diante de todos os impactos gerados pelo ocorrido, a ruptura da barragem da mineradora Samarco se configurou como a maior tragédia ambiental na história do Brasil<sup>2</sup>.

Por meio dessa narrativa, construída conforme o caminho percorrido pela lama, é possível apreender, mesmo que de modo inicial, a dimensão desse acontecimento em que se inscrevem questões de ordem social, econômica e ambiental. Tomando como base as diversas possibilidades de abordagem da temática, a realização de pesquisas exploratórias na *fanpage*<sup>3</sup> da Samarco<sup>4</sup> contribuiu para que fosse possível vislumbrar o processo de produção de sentidos, protagonizado pela empresa e pelos usuários<sup>5</sup> da plataforma, como objeto de estudo deste trabalho.

---

<sup>1</sup> Infográfico sobre números do desastre ambiental em Mariana. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/minas-gerais/2015/desastre-ambiental-em-mariana/1-mes-em-numeros/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

<sup>2</sup> Matéria “Tsunami de lama tóxica, o maior desastre ambiental do Brasil”. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/politica/1451479172\\_309602.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/politica/1451479172_309602.html)>. Acesso em: 25 mar. 2016.

<sup>3</sup> A *fanpage* é uma página específica do Facebook utilizada por diversos atores sociais, como empresas e personalidades públicas, para interação com seus fãs, os “curtidores” da página. A *fanpage* da Samarco foi criada em outubro de 2015, ou seja, um mês antes da ruptura da barragem. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/?fref=ts>>. Acesso em: 25 jan. 2016.

<sup>4</sup> A opção por explorar a temática no ambiente digital fundamenta-se na linha de pesquisa à qual este trabalho está vinculado “Interações e Emergências da Comunicação”. Disponível em: <<http://ppgcom.ufop.br/programa/linhas-de-pesquisa>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

<sup>5</sup> Denomina-se como “usuário” o sujeito que faz *uso* de uma plataforma de comunicação digital. A escolha desse termo se faz por ele ser o mais empregado nos estudos que abordam a comunicação em ambientes digitais para fazer referência aos sujeitos que atuam nesse espaço midiático.

Com fundamento nessa proposta, a pesquisa é concebida com base em uma concepção da Comunicação Organizacional (CO) contemporânea sob um viés complexo. Nessa acepção, há um movimento de distanciamento de uma visão simplificadora da CO em busca de uma abordagem que não se limita à fala oficial e em que se faz presente a incerteza, a contradição e a possibilidade de desvio de sentidos. A reflexão sobre a pesquisa também se fundamenta em uma necessidade de se (re)pensar a Comunicação Organizacional considerando a emergência dos processos comunicacionais em ambiente digital. Nesse cenário, os sujeitos têm a possibilidade de assumir uma posição mais ativa, o que implica alterações nas dinâmicas que permeiam a relação entre as empresas e seus públicos.

Nesse contexto, as plataformas de comunicação digitais, como o *Facebook/fanpage*, passam a ser apropriadas pelas empresas como ferramentas da CO. No entanto, os algoritmos impõem possibilidades e limitações de atuação aos usuários – sejam perfis ou páginas. Isso porque eles viabilizam a criação e a manutenção de contatos, mas também são definidos com base nos interesses dos proprietários das plataformas (LANGLOIS, 2014). Tais condicionamentos influenciam no modo como as ações de Comunicação Organizacional são desenvolvidas e, conseqüentemente, na participação dos sujeitos como instância não-passiva dos processos comunicacionais.

Com base na compreensão do cenário midiático contemporâneo, pretende-se verificar, por meio deste estudo, “Como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão?”. O recorte temporal da pesquisa compreende o período de 5 de novembro de 2015 – dia do rompimento – a 5 de dezembro de 2015, quando a Samarco publicou 127 postagens em sua *fanpage*. Diante do grande número de publicações, a seleção do *corpus* foi feita considerando a quantidade de comentários de cada *post*.

Sendo assim, foram selecionadas as duas postagens mais comentadas no mês – ambas da primeira quinzena – e, posteriormente, a publicação mais comentada na última semana considerada para a pesquisa. A definição desse último *post* se justifica pelo fato de que era preciso fazer uma seleção que também abarcasse o recorte temporal de um mês delimitado para o trabalho. Ao fim desse processo, foram definidas as três postagens – e os comentários correspondentes a elas – que seriam analisadas:

- a) comunicado oficial do diretor-presidente (vídeo), de 5 de novembro de 2015;
- b) envio de água para Governador Valadares, de 12 de novembro de 2015;
- c) ações assistenciais realizadas, de 4 de dezembro de 2015.

Com base no *corpus* selecionado para a análise e na pergunta norteadora da pesquisa, a Análise do Discurso (AD) – e suas noções-conceito – foi concebida como dispositivo teórico-metodológico do trabalho. Com base nesse viés, os discursos presentes na página da Samarco, da empresa e dos usuários, foram analisados seguindo uma perspectiva que compreende o processo de produção de sentidos para além da materialidade do código linguístico. Nesse contexto, estão inscritos fatores de ordem ideológica e sócio-histórica constituintes do processo de significação. Como parte da metodologia, também foi realizada uma entrevista com a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco com vistas a buscar compreender, de modo particular, o contexto em que o discurso institucional foi produzido.

Tendo como fundamento os pressupostos da AD, buscou-se investigar como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco entre a empresa e os usuários e também entre os próprios usuários. Para isso, foi preciso observar as condições de produção dos discursos, considerando as especificidades do ambiente digital e o modo como esse espaço midiático conformou a construção discursiva. Além de examinar o modo como a memória discursiva – a dimensão do já-dito – se fez presente nos dizeres dos sujeitos e identificar como a Samarco e os usuários utilizaram estratégias discursivas para atuar na disputa de sentidos.

A análise propiciou a apreensão da relação entre os discursos – embates ou identificações –, tendo a ideologia como algo intrínseco ao processo de produção de sentidos. Nesse contexto, foi possível perceber que as condições de produção se constituíram de modo particular em cada postagem analisada devido ao distanciamento temporal entre elas. No que se refere ao ambiente digital, empreendeu-se uma tentativa de aproximação entre as questões que permeiam o discurso e as particularidades observadas nesse espaço. Assim, foi possível identificar as funções que elementos característicos do *Facebook* – como a ação de marcação, os *links*, as *hashtags* e os *emojis* – cumpriram na dinâmica discursiva.

Na disputa de sentidos, os sujeitos lançaram mão de diferentes estratégias discursivas, definidas com base no contrato de comunicação que permite apreender parte das condições de realização da troca languageira (CHARAUDEAU, 2009b). Tais estratégias foram identificadas e, segundo a proposição de Charaudeau (2009a), foi possível refletir sobre a função desempenhada por elas na dinâmica discursiva: se de legitimação, credibilidade ou captação. Os sentidos atribuídos às palavras também se constituíram como representativos do posicionamento adotado pelo sujeito e, por conseguinte, da disputa de sentidos analisada. Ademais, os novos dizeres possíveis que emergiram a partir da desestabilização da memória

discursiva permitiram conceber o rompimento da barragem de Fundão como um acontecimento discursivo que, de fato, rompeu com a linearidade dos sentidos.

A tessitura desta pesquisa teve como objetivo alicerçar uma investigação que, como recomendam Quivy e Campenhoudt (1992), não se limitasse à simples descrição de um fenômeno social, mas que tivesse uma “intenção compreensiva” diante de um caso no qual se relacionam os sujeitos, as instituições, o tempo e as tecnologias. Nesse viés, as discussões de cunho teórico concernentes à pesquisa visam a dar continuidade a essa forma de olhar o objeto.

A reflexão é construída por meio de três eixos temáticos: o ambiente digital, com ênfase no *Facebook*; a Comunicação Organizacional contemporânea; e a Análise do Discurso. O primeiro capítulo, “Perspectivas teóricas a respeito da plataforma de comunicação digital *Facebook*”, abarca o ambiente midiático em que os discursos estão inscritos com base no delineamento da plataforma conforme duas acepções: o conceito de redes sociais na internet (RECUERO 2009; 2015) e os princípios que caracterizam os novos *media*, proposição de Manovich (2005) para compreender a anatomia da comunicação em ambientes digitais.

No segundo capítulo, “Apontamentos sobre a Comunicação Organizacional contemporânea”, aborda-se a CO sob o prisma do Paradigma da Complexidade, com alicerce nas reflexões de Morin (2003; 2015) e Scroferneker (2008a; 2008b; 2012; 2015). Além disso, discute-se a reconfiguração da CO diante dos processos comunicacionais constituídos em ambientes digitais. Tal concepção aborda o potencial de participação dos públicos e a apropriação da *fanpage* como uma ferramenta de Comunicação Organizacional pelas empresas na atualidade.

Por fim, o capítulo “Reflexões teóricas como subsídios para a Análise do Discurso (AD)” versa sobre a Análise do Discurso (AD), com base nas reflexões empreendidas por autores como Pêcheux (1995), Orlandi (2012) e Charaudeau (2008; 2009a; 2009b; 2009c; 2010). Nesse contexto, elementos exteriores à língua, como as condições históricas e sociais, são constituintes do processo de produção de sentidos. Após esses apontamentos, as noções-conceito da Análise do Discurso de Condições de produção, Memória discursiva, Estratégias discursivas, Contrato de comunicação e Acontecimento discursivo são apresentadas com vistas a ancorar a análise da disputa de sentidos configurada na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão.

## 1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS A RESPEITO DA PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL *FACEBOOK*

Este capítulo objetiva contribuir com o delineamento do objeto com base na discussão sobre o ambiente midiático no qual ele se insere: o digital. Para isso, aborda-se, primeiramente, o conceito de redes sociais na internet, segundo Recuero (2009; 2015), o que auxilia na compreensão das características do *Facebook* como uma rede social na internet. Após esse debate, propõe-se o entendimento do *Facebook* de acordo com a acepção de Manovich (2005), que versa sobre os princípios que caracterizam os novos *media*, em diálogo com as reflexões de Van Dijck (2013) sobre a plataforma.

### 1.1 O *Facebook* sob a ótica do conceito de redes sociais na internet

O *Facebook*<sup>6</sup>, originalmente *thefacebook*, é um sistema criado em 2004 pelo norte-americano Mark Zuckerberg e seus colegas da Universidade de Harvard Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin (este último, brasileiro). Recuero (2009) explica que o objetivo era desenvolver uma rede de contatos para os jovens que estavam saindo do Ensino Médio – nos Estados Unidos, *High School* – para ingressar na universidade. Ainda como descreve a autora, inicialmente, o sistema estava disponível apenas para os alunos de Harvard (2004) e depois foi aberto para escolas secundárias (2005).

Somente em 2006, a rede ampliou o seu espaço de atuação e passou a permitir a adesão de qualquer usuário com mais de 13 anos de idade<sup>7</sup>. Um fator marcante na história do *Facebook* foi a inserção de suas ações no mercado financeiro em 2012 – a maior abertura de capital de uma empresa de tecnologia da história<sup>8</sup>. Atualmente, a rede social possui 1,65 bilhão de usuários ativos<sup>9</sup> e, em média, cada um utiliza a plataforma cerca de 700 minutos por

<sup>6</sup> Como explica Lima-Cardoso *et. al.* (2015), o protótipo do *Facebook*, o *Facemash*, foi criado em 2003. O *Facemash* continha informações de todos os discentes de Harvard. A partir dessa base de dados, a plataforma disponibilizava a foto de dois alunos – em comparação – para que os estudantes pudessem eleger aqueles que fossem “mais atraentes aos olhos do votante” (p. 8).

<sup>7</sup> Informações disponíveis na matéria “Eles não curtem mais o *Facebook*”, da Veja.com. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/eles-nao-curtem-mais-o-facebook/>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

<sup>8</sup> Informações disponíveis na matéria “Eles não curtem mais o *Facebook*”, da Veja.com. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/eles-nao-curtem-mais-o-facebook/>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

<sup>9</sup> Informação disponível na matéria “Facebook privilegiará amigos e familiares em vez de notícias: atualização do algoritmo penaliza marcas e imprensa para priorizar os perfis pessoais”. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/30/tecnologia/1467241453\\_042707.html?id\\_externo\\_rsoc=TW\\_CM](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/30/tecnologia/1467241453_042707.html?id_externo_rsoc=TW_CM)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

mês, o que totaliza aproximadamente 12 horas de conexão em um período de 30 dias (LIMA-CARDOSO, 2015).

Van Dijck (2013) conta que o *Facebook* emergiu em um contexto midiático no qual já havia outras plataformas digitais. No entanto, explica a autora, ele tem se destacado, e muitos de seus concorrentes<sup>10</sup> já foram desativados ou tiveram o número de usuários reduzido. Com vistas a se manter nesse ambiente, os proprietários da plataforma já realizaram diversas alterações no *Facebook*. Uma das mais significativas está relacionada à organização do conteúdo da página, que possuía uma estrutura de banco de dados (VAN DIJCK, 2013). Com a introdução de elementos narrativos, que culminou com a criação da *Timeline*, em 2011, a plataforma passou a ter uma organização ancorada à ideia de narrativa, com a abordagem dos fatos da vida do usuário em ordem cronológica. Assim, o que o membro visualiza na *Timeline* está organizado como uma biografia na forma de uma narrativa construída de modo emotivo e mnemônico, ao permitir a inclusão de informações sobre o passado do usuário (VAN DIJCK, 2013).

Para Langlois (2014), ao lado de outras grandes corporações, como o *Google* e o *Twitter*, o *Facebook* comanda o mercado da chamada “comunicação participativa”. Por outro lado, apesar de encontrar-se em uma posição de liderança no ambiente de mídia contemporâneo, a plataforma não está protegida frente às vulnerabilidades próprias dessa dinâmica. Por isso, também é “[...] suscetível aos caprichos do mesmo ecossistema que o ajudou a torná-lo grande” (VAN DIJCK, 2013, p. 83, *tradução nossa*)<sup>11</sup>.

Uma das abordagens possíveis para se compreender o *Facebook* é considerá-lo uma rede social na internet. Para isso, é importante abordar de que forma o conceito de rede social na internet pode ser entendido na atualidade. Primeiramente, é preciso ponderar que a noção de rede social não surgiu apenas com o advento das tecnologias de comunicação e informação e, conseqüentemente, não se restringe a esse espaço. Em conformidade com essa perspectiva, Recuero *et al.* (2015, p. 23) afirmam que as redes sociais funcionam como “metáforas para a estrutura dos agrupamentos sociais” e são formadas pelas relações que se dão entre os atores. As redes sociais na internet são representadas por plataformas presentes no ambiente *on-line*, constituem-se nesse espaço midiático e apresentam especificidades,

<sup>10</sup> O Orkut, por exemplo, não sobreviveu ao concorrido ambiente midiático das plataformas digitais. Ele foi lançado também em 2004 e era popular especialmente entre os brasileiros. No entanto, ao longo do tempo, a rede social perdeu espaço e, em 2014, o *Google* anunciou a sua desativação. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/google-anuncia-fim-do-orkut-primeira-rede-social-dos-brasileiros>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

<sup>11</sup> “[...] susceptible to the vagaries of the same ecosystem that helped make it big”.

como a possibilidade do registro das ações dos sujeitos, os denominados “rastros”, que são deixados pelos atores sociais nas plataformas (RECUERO *et al.*, 2015).

Para empreender uma reflexão acerca das redes sociais na internet, é preciso, também, concebê-las como redes sociotécnicas, segundo a perspectiva de Elisson e Boyd (2013). Para as autoras, essas redes são sistemas nos quais as instâncias sociais e técnicas se automodelam; dessa forma, normas societárias e determinações tecnológicas atuam concomitantemente no processo de configuração da plataforma. Assim, as redes sociais na internet podem ser interpretadas como um objeto midiático que possui muitas camadas e é composto por diferentes acoplagens, entre elas, as tecnológicas e sociais.

A compreensão de que essas redes são formadas por instâncias de ordem técnica e social contribui para o distanciamento da dicotomia existente entre as visões antropocêntrica e tecnocêntrica sobre os fenômenos comunicacionais contemporâneos. Em consonância com essa perspectiva, objetiva-se desenvolver, neste trabalho, um olhar que considera igualmente a importância dos sujeitos e do conteúdo produzido por eles e as questões relacionadas ao espaço no qual se formam as dinâmicas, notadamente marcado pela tecnologia. Nesse viés, Langlois (2014) evidencia a importância de não se dissociar as dimensões da tecnologia e da sociedade, no âmbito da discussão a respeito das plataformas de mídia social: “Em vez disso, é preciso voltar o olhar para a interpenetração do social e do tecnológico, concentrando-se na agência de atores humanos e não humanos<sup>12</sup> e seus relacionamentos”<sup>13</sup> (LANGLOIS, 2014, p. 47, *tradução nossa*). Com base nesse entendimento, é importante compreender a morfologia e a dinâmica de funcionamento dessas estruturas que, para Recuero (2009), podem ser entendidas a partir de duas instâncias: os atores e as suas conexões.

De acordo com Recuero *et al.* (2015), em uma rede social, o ator é um sujeito ou um coletivo de indivíduos considerado como um nó da rede. No ambiente digital, os nós são sempre representações dos atores, por exemplo, os perfis dos usuários ou os textos produzidos por eles (RECUERO *et al.*, 2015). Sobre os nós, ainda é preciso destacar que cada ação de um deles pode gerar reflexos em toda a estrutura da rede, consoante com a sua dinâmica de funcionamento, que é determinada pelos algoritmos<sup>14</sup>: “Assim, o que é visto por cada usuário é, de certo modo, determinado pelas ações de centenas de milhares de nós da rede que viram/reproduziram ou não reproduziram essas informações antes dele” (RECUERO *et al.*, 2015, p. 28).

<sup>12</sup> Langlois (2014) entende os *softwares* como atores não humanos no contexto das plataformas de mídia social.

<sup>13</sup> “Rather, they focus on the interpenetration of the social and technological by focusing on the agency of human and nonhuman actors, and their relationships”.

<sup>14</sup> Os algoritmos serão abordados em profundidade no tópico a seguir.

Já as conexões são entendidas como arestas entre os nós. Segundo Recuero *et al.* (2015), as arestas podem representar interações ou relações de pertencimento. Esse entendimento sobre as possibilidades de conexões entre os usuários propicia a reflexão sobre determinadas particularidades observáveis nas redes sociais na internet. Nesse viés, Recuero (2009) propõe uma caracterização das redes em dois tipos: as “emergentes” e as “de filiação ou redes de associações”.

As primeiras são aquelas nas quais as conexões entre os nós são forjadas pela interação e conversação entre os atores. Por se caracterizarem pela relação entre os sujeitos, elas exigem que o usuário aja na estrutura para que as trocas sociais aconteçam. “Ou seja, redes emergentes dependem do tempo disponível para a interação entre os atores sociais no computador, bem como de seu comprometimento e investimento em criar e manter um perfil” (RECUERO, 2009, p. 95). No interior das redes emergentes, ainda é pertinente apontar duas formas diferentes de comunicação, trazidas à tona por Ellison e Boyd (2013). As autoras explicam que, nas interações forjadas nas redes emergentes, há a possibilidade de uma conexão pública, visível aos membros da rede, mas também de diálogos restritos, reservados aos usuários que conectam entre si.

Nas redes de filiação ou redes associativas, por sua vez, as conexões entre os usuários são estabelecidas por meio de uma lógica de pertencimento. Ao contrário das emergentes, as redes de filiação ou associativas podem apresentar uma gama de conexões muitos maiores. Isso porque o usuário não precisa interagir para manter a conexão, algo proporcionado pela mediação do computador. Ellison e Boyd (2013) lembram que muitas conexões criadas nesse tipo de rede seriam desagregadas se não fossem as facilidades presentes nas plataformas para mantê-las.

No que tange à discussão sobre a tipologia das redes, proposta por Recuero (2009), faz-se salutar compreender como os tipos de conexão interferem nas relações entre os usuários:

Enquanto as redes de filiação são bastante estáveis e mudam mais raramente (e quanto mais difícil for deletar uma conexão, mais a rede ficará estável), tendem a crescer e agregar mais nós; as redes emergentes são bastante mutantes e tendem a apresentar dinâmicas de agregação e ruptura com frequência (RECUERO, 2009, p. 100 e 101).

No entanto, apesar de trazer contribuições para o entendimento sobre as possibilidades conectivas nas redes sociais na internet, essa tipificação, assim como própria autora destaca (RECUERO, 2009; RECUERO *et al.*, 2015), não tem a intenção de

caracterizar as plataformas sob um único conceito, já que é possível observar aspectos relacionados aos dois tipos de rede em uma mesma plataforma. No caso do *Facebook*, por exemplo, há conexões emergentes quando os usuários comentam alguma postagem ou um grupo de amigos inicia uma conversa pelo *chat*. Ao mesmo tempo, é possível observar conexões que podem ser entendidas como de filiação ou associativas na lista de amigos. Assim, o usuário pode manter uma conexão sem que haja uma interação e, mesmo na ausência da relação de troca, o “amigo” sempre estará lá, a não ser que o membro o exclua da lista de contatos.

Após o desenvolvimento de uma discussão sobre o *Facebook*, ancorada à ideia de rede social na internet, propõe-se a abordagem das características dessa plataforma por meio dos princípios dos novos *media*, de acordo com a acepção de Manovich (2005).

## **1.2 *Facebook* e ambiente digital: a plataforma como novo *media***

Para dar continuidade ao exercício de compreender o *Facebook*, é preciso relacioná-lo a um contexto mais amplo no qual a humanidade agregou as experiências no ambiente digital às suas práticas cotidianas. Tal cenário é entendido por Manovich (2005) como uma nova revolução midiática “que supõe o deslocamento de toda a cultura para formas de produção, distribuição e comunicação mediadas pelo computador” (MANOVICH, 2005, p. 64, *tradução nossa*)<sup>15</sup>. Nesse contexto, como pondera Manovich (2005), os novos *media* não representam uma “ruptura radical” com o passado, mas reconfiguram a dinâmica das categorias que mantêm a cultura. Tal movimento provoca uma reorganização desses elementos ao alterar as circunstâncias em que se desenvolvem e evidencia o que antes estava em último plano e vice-versa.

Diante dessa conjuntura, é pertinente abordar os princípios que caracterizam os novos *media*, reflexão empreendida por Manovich (2005) em seu livro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*<sup>16</sup>. Com base nessa perspectiva, é possível pensar as possibilidades de construção de linguagens, seja no que tange às estruturas dos *softwares*, que determinam as formas de atuação nas plataformas digitais, ou às narrativas produzidas em diferentes formatos nesse ambiente. Sendo assim, a concepção do

<sup>15</sup> “[...] que supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador”.

<sup>16</sup> A obra utilizada neste trabalho é uma tradução em espanhol da primeira edição do livro de Manovich, “*The Language of New Media*”, de 2001.

autor é utilizada neste trabalho como ponto de partida para se pensar os novos *media* e, mais especificamente, o *Facebook*.

Nesse sentido, a proposta deste tópico aproxima-se da abordagem desenvolvida por Santaella (2007) na qual a autora propõe um olhar apurado sobre as linguagens das mídias em contraposição à perspectiva teórica que realiza seus estudos voltados somente para as características dos meios de comunicação. Isso porque, “[...] a preocupação com as mídias, com seus impactos sociais, com suas injunções no político e seus desdobramentos culturais tem levado a um esquecimento do papel que os processos sígnicos desempenham na própria constituição das mídias” (SANTAELLA, 2007, p. 77).

Com base nessa percepção sobre a importância de reflexões a respeito da linguagem, volta-se o olhar para o entendimento da anatomia da comunicação em ambientes digitais segundo características que permeiam esse espaço midiático, de acordo com a acepção de Manovich (2005).

Para Manovich (2005), a primeira característica observável nos novos *media* é a representação numérica. Conforme explica o autor, nesse contexto, todos os objetos são criados a partir de um código digital. Ao se configurarem por meio de representações numéricas, eles apresentam uma propriedade peculiar: qualquer objeto pode ser descrito de forma matemática e ser programado por meio de algoritmos.

O autor define o algoritmo como algo que “[...] especifica a sequência de passos que devem ser tomados com cada dado” (MANOVICH, 2005, p. 88, *tradução nossa*)<sup>17</sup>. Assim, o algoritmo pode ser entendido como um mecanismo, formado a partir de uma sequência de procedimentos e destinado a possibilitar a execução de tarefas pelos usuários no sistema. Ao cumprir essa função, o algoritmo atua como uma série de instruções programadas que determinam as possibilidades de atuação no ambiente digital, estabelecendo quais ações podem ser realizadas ou não em uma plataforma. Ao se tecer apontamentos sobre o papel dos algoritmos, busca-se o entendimento das questões que nem sempre se apresentam de forma aparente aos olhos do usuário, mas que condicionam os processos comunicativos, uma vez que os algoritmos definem as possibilidades e as limitações de um sistema e, conseqüentemente, os protocolos que organizam o seu funcionamento.

Langlois (2014) destaca que os processos de comunicação inscritos nas plataformas de mídia social são determinados pelos interesses econômicos dos seus proprietários. Conseqüentemente, os algoritmos – entendidos como alicerces desse sistema –

---

<sup>17</sup> “[...] especifica la secuencia de pasos que hay que dar con cada dato”.

são desenvolvidos com base nos interesses dos proprietários das empresas de mídia, determinados por questões comerciais e desenvolvidos com vistas para o lucro.

Nesse contexto, Van Dijck (2013) ressalta o desconhecimento por parte dos usuários sobre o funcionamento dos algoritmos e o modo como essa opacidade dificulta a compreensão acerca dos objetivos que determinam as configurações da plataforma *Facebook*. Para a autora, a rede social possibilita a criação e a manutenção de contatos, mas também direciona e administra essas conexões ativamente, sem deixar claro de que forma isso é feito.

O problema é que os usuários não podem saber exatamente como funciona esse filtro. Todos os recursos adicionados ao *Facebook* resultaram, principalmente, em algoritmos invisíveis e protocolos que, em grande medida, controlam a "visibilidade" de amigos, notícias, itens ou ideias. A intenção é, obviamente, personalizar e otimizar sua experiência *on-line*; mas pode ser também promover algo ou alguém, embora esse objetivo possa ser difícil de rastrear (VAN DIJCK, 2013, p. 62, *tradução nossa*)<sup>18</sup>.

Assim, as plataformas de mídias sociais, apesar de por vezes serem entendidas como um tipo de comunicação que não impõe limitações aos usuários, são construídas a partir de *softwares* que, por meio do acesso às informações disponíveis, conformam os processos de comunicação (LANGLOIS, 2014). No *Facebook*, com base nas informações fornecidas pelos usuários, tais como idade, sexo e preferências a respeito de diversos assuntos, os algoritmos determinam de que forma a *Timeline* ou “Linha do Tempo” será construída: quais publicações e anúncios são considerados mais interessantes para o utilizador.

De acordo Goffey (2008), o algoritmo deve ser entendido como algo além de uma “entidade teórica”, objeto de estudos dos cientistas da computação, uma vez que ele tem como característica a materialidade e, dessa forma, determina as dinâmicas no interior de uma plataforma. Ainda segundo o autor, a “existência real” do algoritmo, está diretamente ligada à base de dados<sup>19</sup>. Ou seja, um algoritmo não pode operar sem que haja uma estrutura de dados a partir da qual ele realiza suas operações.

Algoritmos têm uma existência real incorporada nas bibliotecas de classes de linguagens de programação, no *software* usado para processar páginas da *web* em um navegador (na verdade, o código usado para processar um navegador em uma

<sup>18</sup> “The problem is that users cannot know exactly how this filter works. All features added to Facebook have resulted in mostly invisible algorithms and protocols that, to a great degree, control the “visibility” of friends, news, items, or ideas. The objective is obviously to personalize and optimize one’s online experience; but the aim may also be to promote something or someone, although that aim may be hard to trace”.

<sup>19</sup> Manovich (2005) propõe, ainda, uma diferenciação no que se refere aos termos “banco de dados” e “base de dados”. Para o autor, o primeiro refere-se ao conteúdo presente em uma plataforma, já o segundo relaciona-se, também, à instância estrutural do ambiente digital. Desta maneira, a acepção dada à base de dados não se restringe apenas ao armazenamento dos dados, mas abarca as possibilidades de organização, cruzamento e busca deles.

tela), na ordenação de entradas em uma planilha e assim por diante (GOFFEY, 2008, p. 15, grifos do autor. *Tradução nossa*)<sup>20</sup>.

Em consonância com essa perspectiva, Manovich (2005) entende os algoritmos e a base de dados como elementos estruturais, interdependentes, dos novos *media*: “Se, na física, o mundo se compõe de átomos e, na genética, de genes, a computação condensa o mundo de acordo com sua própria lógica. Assim, o mundo se reduz a dois tipos de objetos computacionais que se complementam entre si: as estruturas de dados e os algoritmos<sup>21</sup>” (MANOVICH, 2005, p. 289, *tradução nossa*). Com base nessa relação, a base de dados de uma plataforma é sempre organizada segundo a funcionalidade dos algoritmos.

No que se refere à base de dados, Manovich (2005) fundamenta a sua discussão com base na concepção oriunda da ciência da computação em que ela é concebida como um conjunto estruturado de dados organizados de modo a possibilitar a busca deles de forma rápida no computador. Nesse contexto, a base de dados pode assumir formatos variados: “Os distintos tipos de bases de dados – hierárquicas, em rede, relacionais e por objetos – empregam diferentes modelos para organizar os dados<sup>22</sup>” (MANOVICH, 2005, p. 283, *tradução nossa*). No *Facebook*, os perfis, as postagens, o conteúdo multimídia, as curtidas, os compartilhamentos, os comentários, etc. formam diferentes campos de uma mesma base de dados.

Alicerçado nessa definição, advinda da área computacional, Manovich (2005) propõe pensar a base de dados sob uma nova ótica, como forma cultural. Nesse sentido, ela altera a maneira com a qual os sujeitos se relacionam com o mundo.

A experiência do usuário desse tipo de coleções informatizadas é, portanto, bastante diferente de ler uma história, assistir a um filme ou navegar em um sítio arquitetônico. Da mesma forma, uma história literária ou cinematográfica, um plano arquitetônico e uma base de dados, apresentam, cada um, um modo diferente do que é o mundo<sup>23</sup> (MANOVICH, 2011, p. 284, *tradução nossa*).

A base de dados – como forma cultural – é vista por Manovich (2005) como um modo de representação. Isso porque, como explica o autor, os objetos dos novos *media* e,

<sup>20</sup> “Algorithms have a real existence embodied in the class libraries of programming languages, in the software used to render web pages in a browser (indeed, in the code used to render a browser itself on a screen), in the sorting of entries in a spreadsheet and so on”.

<sup>21</sup> “Si en la física, el mundo se compone de átomos y en la genética, de genes, la programación informática condensa el mundo de acuerdo con su propia lógica. Así, el mundo se reduce a dos tipos de objetos informáticos que se complementan entre sí: las estructuras de datos y los algoritmos”.

<sup>22</sup> “Os distintos tipos de bases de dados – jerárquicas, em rede, relacionais e por objetos – empregam modelos diferentes para organizar os dados”.

<sup>23</sup> “La experiencia del usuario de ese tipo de colecciones informatizadas es, por tanto, bastante distinta de la de leer un relato, ver una película o navegar por un sitio de arquitectura. De la misma manera, una historia literaria o cinematográfica, un plan arquitectónico y una base de datos presentan cada uno de ellos un modelo diferente de lo que es el mundo”.

consequentemente, suas interfaces configuram-se como “objetos culturais” que, assim como todas as representações, constroem sentidos acerca do mundo de forma parcial ao apresentar uma ou outra visão sobre a realidade. Nesse sentido, como afirma Langlois (2014), a interface não deve ser compreendida de forma superficial, como se apenas fosse aquilo que “[...]aparece na tela do computador, mas sim como um mediador entre processos de *software* e representações culturais”<sup>24</sup> (LANGLOIS, 2014, p. 57).

Em alusão ao exemplo dado por Manovich (2005), em que o museu virtual permite a visitação de seu acervo por meio de uma base de dados, algo diferente da experiência tradicional, é possível pensar a base de dados do *Facebook* como forma cultural. Isso porque a disponibilização de fotos do usuário por meio de álbuns, no caso dos perfis, e dos dados referentes à presença da empresa na *fanpage* relaciona-se, respectivamente, com o hábito de ver álbuns de fotos<sup>25</sup> ou controlar as ações de uma empresa por meio de planilhas. Nesse sentido, a base de dados altera dinâmicas societárias ao se configurar como “[...] uma nova forma simbólica na era do computador [...]” e estruturar a experiência dos sujeitos com o mundo.

Manovich (2005) ainda traz outra dimensão, no que se refere à base de dados, pertinente para a discussão proposta nesta pesquisa: a (não) relação entre base de dados e narrativa. Inicialmente, o autor opõe essas duas perspectivas pois, para ele, base de dados e narrativa são “inimigos naturais”<sup>26</sup> “Competem pelo mesmo território da cultura humana proclamando, cada qual, seu direito exclusivo de decifrar o sentido do mundo”<sup>27</sup> (MANOVICH, 2005, p. 291, *tradução nossa*). Nesse viés, a base de dados é vista como algo não-hierárquico, o que a distancia do sentido da narrativa.

No entanto, no decorrer da construção do seu argumento, Manovich (2005) traz à tona uma (re)interpretação do antagonismo entre base de dados e narrativa. O autor vislumbra a construção de narrativas no ambiente digital embasado na possibilidade de composição de uma “hiper-narrativa”, em alusão à estrutura hipertextual da *Web*, uma mudança “técnica” ou “material” da definição de narrativa.

O “usuário” de uma narrativa se vê percorrendo uma base de dados e seguindo os *links* entre os documentos, de acordo com a definição configurada pelo criador da base de dados. Uma história interativa (que também chamamos hiper-narrativa por

<sup>24</sup> “[...] but rather as a mediator between software processes and cultural representations”.

<sup>25</sup> Manovich (2005) entende o álbum de fotos como um gênero tradicional que “já apresentava uma estrutura ao estilo da base de dados”.

<sup>26</sup> “enemigos naturales”.

<sup>27</sup> “Competen por el mismo territorio de la cultura humana proclamando cada cual su derecho exclusivo a descifrar el sentido del mundo”

analogia ao hipertexto) pode ser entendida por meio da soma de múltiplos caminhos ao longo de uma base de dados<sup>28</sup> (MANOVICH, 2005, p. 293, *tradução nossa*).

Assim, a hiper-narrativa é constituída no ambiente hipertextual da Web em que os *links* permitem o atravessamento da base de dados. A estrutura hipertextual, sobre a qual é possível construir uma hiper-narrativa, tem sua constituição apresentada por Santaella (2007) a partir de uma metáfora: as unidades de informação ou nós “[...] podem ser chamados de tijolos básicos da construção hipermidiática [...]” e o “[...] cimento, que liga alinearmente esses tijolos, são os nexos (*links*), ou seja, o sistema de conexões que é próprio da hipermídia” (SANTAELLA, 2007, p. 85, grifo da autora).

Com o entendimento do papel desempenhado pelo sujeito nessa estrutura, Manovich (2005) destaca que somente o fato de apresentar a possibilidade de trajetórias ou uma sequência arbitrária não faz com que uma base de dados seja entendida como narrativa<sup>29</sup>. Nesse sentido, a hiper-narrativa se constitui conforme a trajetória que o sujeito constrói ao atravessar a base de dados por meio dos *links*, o que possibilita diferentes configurações da narrativa. “A história linear tradicional é uma entre os muitos caminhos possíveis; ou seja, uma determinada opção no interior de uma hiper-narrativa<sup>30</sup>” (MANOVICH, 2005, p. 293, *tradução nossa*).

De volta à discussão sobre os princípios que caracterizam os novos *media*, Manovich (2005) traz à tona a dimensão da modularidade. Este princípio está ligado à ideia de que os objetos midiáticos são formados por uma estrutura modular que permite a manipulação dos dados sem alterar a característica individual de cada componente, sua identidade. Tendo em vista essa característica, a modularidade possibilita que os objetos dos novos *media* se desloquem por diferentes plataformas. Além disso, a modularidade ou escalabilidade, como o próprio autor denomina, permite que os objetos existam em maior ou menor escala, uma vez que eles são formados por *pixels*<sup>31</sup>. Como o autor evidencia, a própria

---

<sup>28</sup> “El ‘usuario’ de una narración se ve atravesando una base de datos y siguiendo los enlaces entre los documentos, tal como los ha establecido el creador de la base de datos. Una narración interactiva (que también podemos llamar *hipernarración* por analogía con el hipertexto) puede entenderse com la suma de múltiples trayectorias a lo largo de una base de datos”.

<sup>29</sup> Para conceituar o que entende como narrativa, Manovich (2005) adota a perspectiva da teórica da Literatura Mieke Bal, para quem, na narrativa, é preciso que haja um ator e um narrador e três níveis distintos: o texto, a história e a fábula. Além disso, o conteúdo da narrativa deve se constituir como atos conectados, que sejam causados ou experimentados pelos atores.

<sup>30</sup> “La tradicional historia lineal es una entre otras muchas posibles trayectorias; es decir: una opción en particular que se toma dentro de una hipernarración”.

<sup>31</sup> Menor unidade de uma imagem digital.

organização da *World Wide Web*<sup>32</sup> é modular. Ela é composta por diversas páginas e, cada uma delas, é formada por elementos midiáticos individuais que podem ser acessados isoladamente. Segundo Manovich (2005, p. 285, *tradução nossa*), “[...] a maioria das páginas da *Web* são coleções de elementos independentes: textos, imagens e ligações com outras páginas ou *sites*”<sup>33</sup>. A característica modular, aliada à representação numérica, permite a configuração de outro princípio dos novos meios: a automatização.

Conforme destaca Manovich (2005), com uma estrutura baseada na codificação numérica e na modularidade, é possível automatizar diversas tarefas relacionadas aos novos *media*, que são programados para funcionar de modo que pelo menos parte da intervenção humana não seja necessária para a execução dos processos. O princípio da automatização pode ser observado em *softwares* de edição de imagens, que permitem criar ou editar objetos midiáticos e, também, em projetos de inteligência artificial (MANOVICH, 2005).

No *Facebook*, ele está presente, por exemplo, na capacidade da plataforma em reduzir automaticamente o tamanho de um arquivo para que ele possa ser enviado por meio do *chat*, diante da limitação de 25 MB para transferência. Além disso, na sugestão de marcação de usuários em imagens, que é definida segundo a identificação, pela plataforma, das pessoas presentes na foto. Outro tipo de ação automatizada, disponível na *fanpage*, é a possibilidade de programar as postagens. Assim, o gerenciador pode elaborar uma publicação e determinar o dia e o horário em que ela deve ser divulgada – de forma automática – na página. “Isso facilita o gerenciamento por permitir que seus administradores estabeleçam em um único momento, as matérias que serão veiculadas na página em determinado dia e horário” (SILVA, L. *et al.*, 2013, p. 4).

Para compreender os princípios que caracterizam os novos *media*, Manovich (2005) ainda propõe a dimensão da variabilidade, princípio condicionado à composição modular. Essa característica diz respeito à opção de reorganização dos elementos midiáticos e à customização. Nesse contexto, os objetos dos novos *media* podem revelar-se em diferentes versões, o que destaca a possibilidade desses elementos midiáticos assumirem formas distintas. Isso porque as linguagens de programação permitem que os objetos apresentem diferentes *layouts*, interfaces e combinações entre elementos. Nesse sentido, uma notícia lida

---

<sup>32</sup> Para Van Dijck (2013), o surgimento da *World Wide Web* foi possibilitado pela junção da tecnologia do hipertexto à internet. Ainda segundo a autora, essa estrutura se configurou como a base de um novo tipo de comunicação em rede.

<sup>33</sup> “[...] la mayoría de las páginas *web* son colecciones de elementos independientes: textos, imágenes y enlaces a otras páginas o sitios”.

no *Facebook*, em um site da internet ou em um aplicativo de mensagens, como o *Whatsapp*, pode oferecer diferentes experiências ao usuário.

Assim como explica Manovich (2005), nos novos *media*, o conteúdo e a interface são dissociáveis (representam elementos heterogêneos) e, por isso, é possível criar diferentes formatos para um mesmo objeto. O autor destaca que essa configuração é uma possibilidade advinda com os novos *media*. Isso porque antes do surgimento dos processos em ambiente digital, ao se produzir uma obra, o conteúdo e o suporte formavam uma coisa só; não existia a dimensão da interface que, na contemporaneidade, permite a dissociação entre forma e conteúdo.

O quinto e último princípio dos novos *media*, abordado por Manovich (2005), é a transcodificação, que está relacionada à capacidade de traduzir algo para um novo código. No entanto, o autor propõe um aprofundamento na acepção do termo, com base na compreensão de que, com os novos meios, há também uma transcodificação no âmbito cultural. Por meio desse entendimento, as lógicas do computador influenciam nos padrões culturais dos objetos midiáticos e na cultura de modo geral.

A informatização da cultura gradualmente realiza uma transcodificação similar em relação a todas as categorias e conceitos culturais, que são substituídos, ao nível da linguagem ou do significado, por outros novos que derivam da ontologia, epistemologia e pragmática do computador (MANOVICH, 2005, p. 94, *tradução nossa*)<sup>34</sup>.

Para embasar essa reflexão, Manovich (2005) sugere a apreensão dos novos *media* sob duas camadas distintas, a cultural e a computacional, que se influenciam mutuamente e se unem em um arranjo no qual o resultado é uma “nova cultura do computador”: “uma mescla de significados humanos e computacionais, dos modos tradicionais em que a cultura humana modelou o mundo e dos próprios meios que têm o computador para representá-los” (MANOVICH, 2005, p. 94, *tradução nossa*)<sup>35</sup>.

Uma abordagem pertinente ao se discutir a transcodificação é a proposta de Van Dijck (2013) para a compreensão do *Facebook* por meio de duas acepções para o termo compartilhar – dois tipos de qualidades de codificação – *connectedness* e *connectivity*. A partir dessa perspectiva, é possível perceber como as lógicas computacionais e as formas socioculturais se transcodificam.

---

<sup>34</sup> “La informatización de la cultura lleva a cabo de manera gradual una transcodificación similar en relación con todas las categorías y conceptos culturales, que son substituidos, en el plano del lenguaje o del significado, por otros nuevos que proceden de la ontología, la epistemología y la pragmática del ordenador”.

<sup>35</sup> “[...] una mezcla de significados humanos e informáticos, de los modos tradicionales en que la cultura humana modeló el mundo y de los propios medios que tiene el ordenador para representarla”.

No que se refere à dimensão tecnológica, o primeiro termo – *connectedness* – pode ser explicado como o incentivo ao compartilhamento de informações entre os usuários por meio de interfaces desenvolvidas com base nesse objetivo (VAN DIJCK, 2013). Nesse sentido, conforme explica Van Dijck (2013), a configuração do *Facebook* faculta aos sujeitos criar perfis com dados pessoais, fotos e indicação de preferências, além de interagir por meio de grupos e *chats*. Até a própria ação de “marcar” como *link* o nome de amigos em imagens, postagens ou comentários, auxilia nas interfaces de conexão, uma vez que, por meio dessa ação, o usuário citado é ligado ao elemento ao qual foi relacionado na plataforma.

Já o segundo tipo de codificação, *connectivity*, diz respeito aos recursos de conectividade que têm como finalidade o compartilhamento de dados com terceiros. Uma das ações que caracterizam a conectividade no *Facebook* é o botão “Curtir”, utilizado com frequência pelos usuários da página para demonstrarem sua aprovação por uma publicação ou simplesmente evidenciar que ela foi lida, entre outros significados dados a tal ação<sup>36</sup>. Assim como destaca Van Dijck (2013), com a introdução do botão Curtir em outras páginas da *Web*, externas ao *Facebook*, qualquer informação, incluindo endereços de IP, é encaminhada como dado à plataforma, mesmo que o usuário não seja membro ou esteja desconectado da mídia social. Assim, “[...] a massiva adoção do botão Curtir transformou o compartilhamento de dados pessoais com terceiros em uma prática aceita no universo *on-line*, por isso ele simboliza a profunda modificação de uma norma social” (VAN DIJCK, 2013, p. 62, *tradução nossa*)<sup>37</sup>. Nesse sentido, a lógica da conectividade, presente nas plataformas de mídia social, passa a fazer parte do cotidiano dos sujeitos:

Talvez mais significativa do que a exportação de botões e dos princípios de compartilhamento do *Facebook*, é a aceitação da plataforma nas rotinas diárias de tantas pessoas. Atividades que geralmente eram casuais na esfera privada – amigos saindo juntos para trocar ideias sobre o que eles gostam – tornaram-se interações mediadas algoritmicamente em uma esfera corporativa (VAN DIJCK, 2013, p. 81, *tradução nossa*)<sup>38</sup>.

<sup>36</sup> Em fevereiro de 2016, o *Facebook* implantou uma nova versão para o botão Curtir, com diferentes reações. O *Facebook Reactions*, como foi denominado, oferece aos usuários seis possibilidades de se expressar diante de uma postagem, por meio de *emojis*: “Curtir”, “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste” e “Grr”, esta última expressão relacionada ao sentimento de raiva.

Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2015/10/09/As-emo--es-do-Facebook-e-as-marcas.html>>. Acesso em: 10 out. 2015.

Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/facebook-reactions-mapeando-e-influenciando-os-jc-rodrigues>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

<sup>37</sup> “[...] the massive adoption of the Like button has turned personal data sharing by third parties into an accepted practice in the online universe; hence, the Like button epitomizes the profound modification of a social norm.”

<sup>38</sup> “Perhaps more significant than Facebook’s export of buttons and sharing principles is the platform’s acceptance into so many people’s everyday routines. What used to be informal social activities in the private sphere—friends hanging out together and exchanging ideas on what they like—have become algorithmically mediated interactions in the corporate sphere”.

Ao abordar essas duas dimensões – *connectedness* e *connectivity* – a reflexão empreendida por Van Dijck (2013) vai ao encontro do que propõe Langlois (2014): a necessidade de que os processos comunicativos localizados no ambiente digital não sejam tratados de forma polarizada.

Por um lado, há uma celebração de comunicação livre, e, por outro, uma série de advertências sobre a perda de controle sobre nossos dados. Ou, dito de outra forma, por um lado, um foco sobre os usuários humanos, e, por outro, um foco sobre a estrutura tecnológica e econômica de plataformas de *software* (LANGLOIS, 2014, p. 26, *tradução nossa*).

Sendo assim, é preciso considerar as potencialidades da plataforma como espaço de manifestação dos usuários, mas também não negligenciar as questões relacionadas à invasão de privacidade e à mercantilização de dados pessoais. Tal perspectiva possibilita olhar para o objeto de forma complexa, ao considerar as dimensões social e técnica como constituidoras das plataformas de mídia social.

Nesse viés, a compreensão sobre os possíveis significados para o compartilhamento, proposta por Van Dijck (2013), é essencial para se refletir acerca da relação entre as lógicas dos meios e as dinâmicas sociais. Isso porque, assim como afirma a autora, o delineamento das características dessas plataformas é construído com base no jogo de forças entre *connectedness* e *connectivity*. Assim, de um lado, há os espaços de resistência nos quais os usuários tentam afetar as configurações da camada tecnológica, especialmente no que se refere às questões de privacidade; e, de outro, o poderio econômico dos proprietários (VAN DIJCK, 2013). Nesse sentido, como enfatiza a autora, os embates relacionados à aceção do “compartilhar” representam uma batalha cultural para estabelecer um rearranjo normativo no que se refere à sociabilidade em rede. Nessa dinâmica, os diferentes atores sociais contribuem para a configuração da nova cultura do computador (MANOVICH, 2005).

O exercício de refletir sobre o *Facebook* – considerando as perspectivas abordadas neste capítulo – possibilitará que a análise seja feita com base em uma compreensão acerca do local em que os discursos se inscrevem. Tal entendimento alicerçará as discussões sobre as especificidades da produção de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco e o modo como o ambiente conforma esse processo. Após esses apontamentos, aborda-se, a partir de agora, a temática da Comunicação Organizacional contemporânea.

## 2 APONTAMENTOS SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL<sup>39</sup> CONTEMPORÂNEA

O propósito deste capítulo é refletir sobre a Comunicação Organizacional (CO) contemporânea, perpassando questões relacionadas ao ambiente digital. Primeiramente, concebe-se a CO com base no Paradigma da Complexidade, com fundamento nos estudos de Morin (2003; 2015) e Scroferneker (2008; 2012; 2015). Em um segundo momento, aborda-se a reconfiguração da CO sob o ângulo da emergência dos processos comunicacionais em ambientes digitais, considerando o potencial de participação dos públicos. Após essa discussão, constrói-se uma reflexão sobre a apropriação da *fanpage* como uma ferramenta da Comunicação Organizacional nos dias atuais.

### 2.1 A Comunicação Organizacional sob o viés do Paradigma da Complexidade

Diante das diferentes abordagens possíveis para se refletir sobre a Comunicação Organizacional contemporânea, faz-se a opção, neste trabalho, por adotar uma perspectiva ancorada ao Paradigma da Complexidade. Tal concepção tem sido apropriada no campo da CO para possibilitar uma compreensão multidimensional dos processos comunicacionais. Para isso, faz-se necessário um movimento de deslocamento: de uma visão simplificadora para um entendimento complexo da Comunicação Organizacional, que não se limita à fala oficial e em que estão inscritos fatores como a incerteza e a contradição.

O Paradigma da Complexidade fundamenta-se em um modo de pensar complexo que, como explica Morin (2015), não possui, em sua constituição, a ambição de alcançar o controle e/ou a dominação sobre o real. “Trata-se de exercer um pensamento capaz de lidar com o real, de com ele dialogar e negociar” (MORIN, 2015, p. 6). Como explicam Curvello e Scroferneker (2008), o pensamento complexo, conforme é concebido na atualidade, tem sua origem nas transformações nas ciências naturais e matemáticas ocorridas no início do século XX. “Até então, vigorava uma visão de mundo que se baseava na ordem das coisas, na legislação universal, na matemática, na sistematização do real, no absoluto, na máquina” (CURVELLO; SCROFERNEKER, 2008, p. 1). Segundo eles, tal perspectiva era

---

<sup>39</sup> A Comunicação Organizacional também pode ser denominada como comunicação empresarial ou corporativa, além de outras terminologias. Neste trabalho, faz-se a opção pelo termo “Comunicação Organizacional” por ele ser amplamente utilizado na área acadêmica e representar um entendimento complexo dos processos comunicacionais que não se limita apenas às instituições entendidas como “empresas”, mas também a outros “tipos” de entidades, tais como ONGs e autarquias (BUENO, 2009).

caracterizada pela racionalidade científica, e a reflexão acerca dos fatos sociais estava vinculada à mensurabilidade. Nesse contexto, o controle e a normatização eram entendidos como formas de garantir a ordem do conhecimento.

Em contrapartida a essa concepção, o pensamento complexo é concebido conforme a “tensão” entre um saber não fragmentado, ou seja, que não se configura de forma redutora e, ao mesmo tempo, “[...] o reconhecimento do inacabado e da incompletude de qualquer conhecimento” (MORIN, 2015, p. 7). Sendo assim, o pensar complexo caracteriza-se por uma abordagem multidimensional da realidade, mas que, ao mesmo tempo, se constitui com base na constatação de que não é possível alcançar a completude.

Num certo sentido eu diria que a aspiração à complexidade traz em si a aspiração à completude, já que se sabe que tudo é solidário e que tudo é multidimensional. Mas, num outro sentido, a consciência da complexidade nos faz compreender que jamais poderemos escapar da incerteza e que jamais poderemos ter um saber total: “A totalidade é a não verdade<sup>40</sup>” (MORIN, 2015, p. 69).

Ao se apresentar de forma multidimensional e admitir a incompletude, o pensamento complexo abarca a “bruma”, a “incerteza” e a “contradição” (MORIN, 2015). Essa abordagem busca lidar com os fenômenos afastando-se da disjunção e da redução<sup>41</sup>, caracterizantes do Paradigma Simplificador.

Assim, o paradigma simplificador é um paradigma que põe ordem no universo, expulsa dele a desordem. A ordem se reduz a uma lei, a um princípio. A simplicidade vê o uno, ou o múltiplo, mas não consegue ver que o uno pode ser ao mesmo tempo múltiplo. Ou o princípio da simplicidade separa o que está ligado (disjunção), ou unifica o que é diverso (redução) (MORIN, 2015, p. 59).

Nesse viés, o Paradigma da Complexidade pode ser entendido como uma contra-tendência<sup>42</sup> paradigmática da CO contemporânea (SCROFERNEKER, 2012). Isso porque, assim como em outras perspectivas observáveis no século XXI, a abordagem busca “[...] romper com uma visão reducionista/linear/prescritiva da Comunicação Organizacional, sinalizando outras possibilidades, que revela, em parte, a exaustão do Paradigma Simplificador ou Simplista que põe a ordem no universo, expulsa dele a desordem” (SCROFERNEKER, 2012, p. 3). Ao se pensar a CO sob o Paradigma da Complexidade, é

<sup>40</sup> Frase do pensador alemão Theodor W. Adorno, um dos expoentes da chamada Escola de Frankfurt.

<sup>41</sup> Morin (2015) faz uma ponderação sobre o Paradigma Simplificador, ao destacar a necessidade de se ter uma visão crítica sobre ele: “(...) a simplificação é necessária, mas deve ser relativizada. Isto é, eu aceito a redução consciente de que ela é redução, e não a redução arrogante que acredita possuir a verdade simples, atrás da aparente multiplicidade e complexidade das coisas” (MORIN, 2015, p. 102).

<sup>42</sup> “As contra-tendências não negam as tendências ou as excluem, pois são o seu predomínio e certo esgotamento, que estimulam e provocam outros movimentos, outros olhares, uma pluralidade de opções paradigmáticas, a circularidade necessária e fundamental para o avanço e fortalecimento do conhecimento do conhecimento” (SCROFERNEKER, 2012, p. 4).

necessário trazer à superfície questões que não se restringem aos modelos comunicacionais instrumentais. Isso porque tais perspectivas constituem-se por meio de conceituações e determinações que tentam dar conta dos processos organizacionais, mas que, ao final, limitam o seu entendimento (RAMOS, 2012).

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 ultrapassarmos a visão meramente mecanicista da comunicação para uma visão mais interpretativa e crítica (KUNSCH, 2008, p. 179).

Na tentativa de se afastar da visão simplificadora, Scroferneker *et al.* (2015) empreendem o exercício de refletir sobre como o Paradigma da Complexidade contribui para se pensar a Comunicação Organizacional contemporânea. Os autores fundamentam a sua argumentação com base em quatro pressupostos da compreensão complexa da comunicação: a “visão interdisciplinar”, o “lugar da incerteza e da incomunicação”, a “emergência do diálogo e do vínculo” e o “novo *status* dos sujeitos”. Assim, parte-se de um caráter interdisciplinar para refletir sobre os processos comunicacionais no âmbito das organizações, o que os autores denominam como “religação dos saberes”: “Não é possível compreender a relação e o vínculo entre sujeitos em um contexto social sem recorrer a diversas áreas do saber<sup>43</sup>” (SCROFERNEKER *et al.*, 2015, p. 10).

Nessa acepção, a compreensão complexa da comunicação também permite perceber a incerteza como constituinte do contexto comunicacional: “O que o pensamento complexo pode fazer é dar, a cada um, um memento, um lembrete, avisando: ‘Não esqueça que a realidade é mutante, não esqueça que o novo pode surgir e, de todo modo, vai surgir’” (MORIN, 2015, p. 83). Desse modo, é necessário reconhecer que diversos aspectos influenciam a dinâmica comunicativa, que não é totalmente controlável. Oliveira (2015) ressalta a presença de diversos atores sociais nessa relação e afirma que não é possível considerar que houve um processo comunicacional apenas pela emissão de informações por parte da organização, perspectiva presente também nas reflexões de Morin (2003).

A comunicação ocorre em situações concretas, acionando ruídos, culturas, bagagens diferentes e cruzando indivíduos diferentes. Ela é sempre multidimensional, complexa, feita de emissores e de receptores (cujo poder multidimensional não pode ser neutralizado por uma emissão de intencionalidade simples). O fenômeno comunicacional não se esgota na presunção de eficácia do emissor. Existe sempre

---

<sup>43</sup> Os autores fazem referência à religação de saberes das Ciências da Comunicação e das Ciências Administrativas, juntamente a outros campos do conhecimento como a Antropologia, a Sociologia, a Linguística e a Psicanálise, entre outros.

um receptor dotado de inteligência na outra ponta da relação comunicacional (MORIN, 2003, p. 12).

Assim, a “incomunicação” ou a recusa são possibilidades que não devem ser negligenciadas no âmbito da Comunicação Organizacional (OLIVEIRA, 2015). Como ressalta Ramos (2012), no contexto do Paradigma da Complexidade, “[...] a diversidade, as contradições e a desordem não são catástrofes, mas representam características naturais a todos os processos e devem ser trabalhadas e aproveitadas para que sejam promovidas as transformações e as ações necessárias” (RAMOS, 2012, p. 90).

Ainda sobre essa discussão, Scroferneker *et al.* (2015, p. 10) apresentam a emergência do diálogo e do vínculo como um dos pressupostos da compreensão complexa da comunicação, o que evidencia as “[...] múltiplas dimensões já reveladas pela linguística e que enfraquecem a perspectiva informacional de transmissão[...]” . Considerando que o processo de produção de sentidos abarca questões heterogêneas – que estão além do domínio do código gramatical e que comportam a ressignificação – “torna necessário extrapolar a mera transmissão de informações e nos situarmos no tenso espaço da confiança, do vínculo e das relações” (SCROFERNEKER *et al.*, 2015, p. 11).

As organizações, como fontes emissoras de informações e ao se comunicarem com seu universo de públicos, não devem ter a ilusão de que todas as suas mensagens discursivas são recebidas positivamente ou que são automaticamente respondidas e aceitas da forma como foram intencionadas. Vale lembrar que a comunicação ocorre primeiro no nível intrapessoal e subjetivo. Cada indivíduo possui seu universo cognitivo e irá receber as mensagens, interpretá-las e dar-lhes significado a seu modo e dentro de um determinado contexto (KUNSCH, 2014, p. 50).

Nesse sentido, o processo comunicacional se constitui com a compreensão do papel do outro, como interlocutor dotado de sua subjetividade “Diferente do que prevê o paradigma clássico baseado na informação, não estamos dirigindo uma mensagem a um público, mas sim, construindo, dialogicamente, um universo discursivo entre os sujeitos que se relacionam” (SCROFERNEKER *et al.*, 2015, p. 11). Ao se considerar a existência de outros atores, em contraponto à visão da comunicação que antepõe à dimensão da organização, é possível perceber as interações e os conflitos de forças intrínsecos ao processo (OLIVEIRA; MOL, 2015).

Diante desse contexto, de acordo com Curvello e Scroferneker (2008), pensar as organizações por meio de “lentes de um Paradigma Simplificador” tem se revelado uma perspectiva que não se alinha aos cenários mutantes nos quais as organizações, como sistemas complexos, atuam. “As tentativas, contudo, da adoção de um Paradigma Simplificador são

inúmeras, e passam, por exemplo, pela emergência de ‘novos’ modelos de gestão, no mais das vezes modelos antigos, revisitados e apresentados como soluções ‘salvadoras’ para as organizações” (CURVELLO; SCROFERNEKER, 2008, p. 6). Assim, apesar da complexidade dos processos de comunicação no âmbito das organizações na contemporaneidade, o paradigma instrumental informacional “[...] ainda inspira práticas comunicacionais no contexto organizacional e sustenta o lugar da comunicação como área, setor ou departamento na estrutura formal das empresas privadas, dos órgãos públicos, de entidades do terceiro setor, entre outros [...]” (SCROFERNEKER, 2015, p. 2).

No entanto, como reforça Baldissera (2008):

[...] a comunicação organizacional ultrapassa a comunicação planejada, organizada, mesmo que esse seja o lugar mais visível/visitado quando das teorizações e mesmo pela simplificação materializada pelas práticas profissionais de comunicação e de marketing que visam à simplificação, instigados pelo desejo de poder dominar as disputas de sentidos, direcionando e organizando a significação que será internalizada pela alteridade, pelos públicos (BALDISSERA, 2008, p. 44).

Ao se conceber a CO sob o Paradigma da Complexidade, “[...] pode-se afirmar que, seja na qualidade do oficial/formal ou do não-oficial/informal, quando os sentidos em circulação nos processos de comunicação disserem respeito, de alguma forma, à organização, esse processo será considerado comunicação organizacional” (BALDISSERA, 2008, p. 47). Em consonância com essa perspectiva, Scroferneker *et al.* (2015), ao conceituarem a Comunicação Organizacional, propõem uma compreensão que não se limita a uma visão instrumental e que evidencia a produção de sentidos nos processos comunicacionais no âmbito das organizações.

Mais do que vislumbrar um conjunto de técnicas e prescrições, a Comunicação Organizacional implica em compreender as interações, as trocas simbólicas e tessituras de sentidos que se desenvolvem a partir de pensamentos e palavras, atos e sentimentos, em espaços e projetos coletivos, portanto em espaços sociais (SCROFERNEKER *et al.*, 2015, p. 1).

Esse entendimento permite pensar a Comunicação Organizacional como um campo em que se constitui a disputa de sentidos. Em um cenário marcado por incerteza, contradição e multidimensionalidade – já que a abrangência da CO não se limita à fala oficial e considera a interlocução –, é necessário voltar o olhar para os conflitos, os desvios de sentidos e as demais dimensões do processo comunicacional que o fazem complexo. Conforme aponta Baldissera:

[...] parece mais fértil pensar a Comunicação Organizacional em sentido complexo, seja para assumir a incerteza como presença, para respeitar e fortalecer a diversidade (possibilitar que se realize/se manifeste), fomentar lugares de criação e inovação, potencializar o diálogo e os fluxos multidirecionais de comunicação, reconhecer as possibilidades de desvios de sentidos e compreender a alteridade como força em disputa de sentidos, dentre outras coisas (BALDISSERA, 2009, p. 120).

Com fundamento nessa acepção, será possível analisar como empresa e usuários protagonizaram embates discursivos na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão.

Em consonância com a proposta do trabalho e, tendo em vista o ambiente em que se deu a produção de sentidos, apresenta-se, no próximo tópico, uma reflexão acerca da Comunicação Organizacional praticada em ambiente digital. No âmbito dessa temática, a discussão sobre os públicos é feita por meio do entendimento da potencialidade de participação desses sujeitos nos processos comunicacionais. Nesse contexto, as plataformas de comunicação digitais são concebidas como ferramentas da CO e utilizadas pelas empresas para se relacionar com seus públicos.

## 2.2 A Comunicação Organizacional em ambiente digital

A fim de pensar a Comunicação Organizacional praticada em ambiente digital, é preciso compreender o atual ambiente das mídias e o papel desempenhado pelos sujeitos nesse contexto. Jenkins *et al.* (2014) utilizam ideia de circulação para conceber um entendimento sobre a configuração midiática contemporânea, em que a participação dos sujeitos influencia a movimentação do conteúdo. Nesse sentido, a noção de circulação diferencia-se da distribuição, que está relacionada aos interesses comerciais e na visão de audiência de massa.

Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes (JENKINS *et al.*, 2014, p. 24).

Zago (2014; 2016) propõe o entendimento da circulação no contexto do jornalismo em rede<sup>44</sup>. A autora concebe a circulação como um processo que se desdobra em

---

<sup>44</sup> A expressão “jornalismo em rede” é usada “para se referir à atual configuração do jornalismo contemporâneo, baseado na metáfora da rede e associado a conceitos de redes sociais, no qual diversos atores contribuem, com pesos e conexões diferentes, enquanto nós produtores e circuladores de notícias” (ZAGO, 2014, p. 44-45).

duas atividades: a circulação propriamente dita, promovida pelos veículos, e a recirculação, realizada pelos usuários.

De um lado, temos a circulação de notícias, promovida pelos veículos, em seus meios próprios e em canais acessórios para a circulação de informações (como sites de rede social, blogs, dentre outros). De outro, temos a recirculação de conteúdos, promovida pelo público que, ao compartilhar ou comentar notícias, contribui para o espalhamento da informação (ZAGO, 2014, p. 79).

No contexto de (re)circulação, “a mídia tradicional não mais detém o monopólio exclusivo de fazer circular conteúdos através dos meios de comunicação – outros atores podem contribuir para essa circulação, de múltiplas formas” (ZAGO, 2016, p. 79).

Nesse cenário, no qual os sujeitos se constituem como agentes atuantes no processo comunicacional, Jenkins *et al.* (2014) trazem à tona a propagabilidade para fazer referência às formas de circulação de mídia “cada vez mais penetrantes”. A propagabilidade pode ser compreendida como um modo de se conceber a comunicação a partir da atuação do público: ela “se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios [...]” (JENKINS *et al.* 2014, p. 26). Assim, fundamenta-se no entendimento de que qualquer objeto midiático que justifique uma atenção circulará por meio de canais com a potencialidade de “movimentar a audiência de uma percepção periférica do conteúdo para um engajamento ativo” (JENKINS *et al.*, 2014, p. 30).

Ao conceituar a propagabilidade, os autores relacionam o papel das plataformas de comunicação digitais a esse processo, juntamente a outras variáveis que constituem o ambiente da mídia propagável. Para eles:

A “propagabilidade” se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos (JENKINS *et al.*, 2014, p. 26-27).

Como lembra Zago (2016), as características das plataformas de comunicação digitais contribuem para a circulação de conteúdos. No caso do *Facebook*, por exemplo, é possível reproduzir informações postadas por outros usuários pelo compartilhamento e avaliar conteúdos por meio de comentários ou curtidas. Nesse viés, ao compartilhar uma notícia – ou, no contexto deste trabalho, um conteúdo – o público contribui para o espalhamento da

---

informação e influencia na visibilidade que aquele conteúdo alcançará na plataforma<sup>45</sup> (ZAGO, 2016).

Com fundamento nessa percepção sobre o ambiente midiático atual, Jenkins *et al.* dão relevo ao papel das instituições nesse processo. Para eles, existe uma falta de alinhamento entre a atuação das empresas e o cenário midiático contemporâneo, marcado pela propagabilidade. Isso porque muitas delas ainda estão vinculadas ao modelo de aderência<sup>46</sup>: preocupadas em quantificar dados de acessos ao site institucional, visualizar o número de curtidas da *fanpage* ou desenvolver estratégias para “prender” o internauta em suas páginas<sup>47</sup>. Assim, ressaltam Jenkins *et al.* (2014), a compreensão da popularidade de um conteúdo *on-line* se dá em termos de tráfego na *Web*, com base no número de visualizações e na capacidade de prender por mais tempo a atenção das pessoas.

Como explicam os autores, não é que o tráfego na *Web* não tenha importância, mas modelos exageradamente ligados à aderência limitam a potencialidade de circulação de conteúdo com base no engajamento dos usuários. “Essa ‘visualização do destino’<sup>48</sup> muitas vezes entra em conflito tanto com a experiência da navegação dinâmica de usuários individuais da internet como, o que é mais importante, atrita com a circulação de conteúdo por meio das conexões sociais dos membros da audiência” (JENKINS *et al.*, 2014, p. 28). Desse modo, faz-se necessário que as empresas direcionem suas ações para a produção de conteúdos considerando a potencialidade de participação dos públicos.

O agora usuário é reconhecido como o principal potencializador e propagador da mensagem para outros grupos de pessoas. São mensagens baseadas em experiências e formulações de opiniões projetadas para causarem reações. A mensagem passa a ter um caráter muito especial, deixando de ser só um anúncio de convencimento para dar lugar à opinião de alguém que vivenciou uma experiência e tem algo a dizer sobre isso (CORRÊA, 2009, p. 180).

Nesse contexto, os públicos também geram as representações que o corpo social constrói sobre as organizações, o que pode afetá-las no mercado (FILHO, 2015). Assim, questões que antes poderiam se manter entre a empresa e o cliente ou, em caso de

---

<sup>45</sup> Importante ressaltar que esses processos – de espalhamento e visibilidade – estão condicionados às regras do algoritmo de cada plataforma.

<sup>46</sup> Assim como ponderam Jenkins *et al.* (2014), os modelos de aderência e de propagabilidade não se opõem e não se excluem, sendo ambos observáveis nas práticas de comunicação contemporânea.

<sup>47</sup> Como exemplo, é possível citar os sites programados apenas com *links* internos. Essa estratégia impede a abertura de novas abas – *links* externos – ao direcionar todos os cliques do internauta para o mesmo site de origem.

<sup>48</sup> Contudo, conforme Jenkins *et al.* (2014) destacam, o contexto da propagabilidade abriga o uso do conteúdo de formas surpreendentes pelos sujeitos, o que leva a uma dificuldade no momento de se mensurar as ações desenvolvidas.

repercussão, espalharem-se com base na lógica dos meios tradicionais – a exemplo dos jornais e meios de radiodifusão –, a partir das mídias sociais, difundem-se com rapidez (SILVA, C.; WANDER, 2015).

Diante desse cenário, de acordo com Jenkins *et al.* (2014), é preciso que as organizações que desejem desenvolver ações para reverberarem de modo positivo, abandonem a cultura de apenas “ouvir” o que o público diz para, de fato, “escutar”. Os autores explicam a metáfora: “Em um nível interpessoal, todos nós compreendemos a diferença fundamental entre ‘ouvir’ e ‘escutar’. Ouvir é o ato físico de receber uma mensagem, enquanto escutar é um processo de espera, de concentração e de dar resposta a uma mensagem” (JENKINS *et al.*, 2014, p. 222). Sendo assim, as organizações devem estar dispostas a prestar atenção no que é dito sobre elas e, com base nessas informações, agir. Nesse contexto, Kunsch (2014) apresenta como central a importância do diálogo como forma de atuar no cenário comunicacional contemporâneo: “[...] há que se chamar o público para o diálogo e ficar atentos com o que está acontecendo e, sobretudo, ter como meta a ética e a transparência das ações comunicativas” (KUNSCH, 2014, p. 47).

No entanto, é necessário fazer ponderações sobre a participação dos públicos nos processos comunicacionais desenvolvidos em ambientes digitais. Jenkins *et al.* (2014) lembram que formas de compartilhamento de conteúdo existiam antes do surgimento de qualquer plataforma, o que eles denominam como “recomendações boca a boca” – no Brasil, popularmente conhecido como “propaganda boca a boca”. Assim, conforme reiteram os autores, é importante não condicionar as lógicas participativas somente à infraestrutura tecnológica, por mais que ela exerça um papel essencial ao ensejar as mudanças nas lógicas comunicacionais.

As próprias tecnologias apresentam restrições no que diz respeito à participação do usuário, que atua no ambiente conforme as possibilidades e as limitações estabelecidas pelo algoritmo<sup>49</sup>. Além disso, o acesso às tecnologias não se configura de modo igualitário, uma vez que as relações de poder também estão presentes nesse ambiente.

Na medida em que a participação dentro dos públicos ligados em rede se torna uma fonte de poder discursivo e persuasivo, e na medida em que as capacidades de participar significativamente on-line estão vinculadas às oportunidades econômicas e educacionais, a luta pelo direito à participação está vinculada às questões fundamentais de igualdade e justiça social (JENKINS *et al.*, 2014, p. 241).

---

<sup>49</sup> Apesar das “regras” determinadas pelos algoritmos, existem possibilidades de desvios com a apropriação resignificadora das plataformas pelos usuários.

Ao mesmo tempo em que a concentração da mídia persiste, os sujeitos se veem diante da ampliação das possibilidades comunicativas (JENKINS *et al.*, 2014). Diante desse ambiente midiático multifacetado, as empresas buscam alternativas para se relacionarem com seus públicos. Nessa conjuntura, as plataformas de comunicação digitais emergem como ferramentas da Comunicação Organizacional (CO).

Ao voltar o olhar para a realidade brasileira no que se refere à apropriação dessas plataformas para o desenvolvimento de ações de CO, é possível perceber que o uso dessas ferramentas é algo recente, mas já é uma prática da maioria das empresas, com 79% de adesão, segundo a pesquisa “Espaços corporativos em redes sociais digitais e processos de colaboração nas organizações: realidade no Brasil – 2014”<sup>50</sup>. Ainda de acordo com esse estudo, as plataformas mais utilizadas pelas empresas brasileiras são os canais de vídeo, com 95,2% de adesão, e os perfis em *microblogging*, com 92,5%. O uso do *Facebook/fanpage* está em terceiro lugar, presente em 87,8% das empresas.

A pesquisa também demonstra que o principal objetivo das organizações, ao utilizar essas plataformas, é ampliar o engajamento dos usuários junto à marca e fortalecer a reputação. O uso de plataformas para a realização de ações publicitárias ocupa somente o quarto lugar<sup>51</sup>. No entanto, apesar de todas as potencialidades das plataformas de comunicação digitais como ferramentas da Comunicação Organizacional, as empresas expressam preocupação a respeito dos riscos relacionados à presença nesse ambiente: 64% dos participantes manifestam essa apreensão. Entre os principais, destacam-se os danos à reputação da marca e a divulgação de informações confidenciais e/ou estratégicas. Apesar disso, ainda conforme o estudo, os comunicadores acreditam que tais riscos podem ser atenuados ou evitados por meio da adoção de práticas de CO contundentes para o gerenciamento de crise no ambiente digital.

A partir dessas informações sobre o uso das plataformas digitais pelas empresas no contexto brasileiro, é perceptível que essas plataformas digitais são, cada vez mais, entendidas como ferramentas da Comunicação Organizacional. No quadro desta pesquisa, propõe-se a caracterização da *fanpage* com vistas a propiciar uma compreensão sobre a dinâmica de funcionamento dessa página, o que possibilitará, na fase da análise, uma

---

<sup>50</sup> Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) com 53 organizações associadas à entidade, de diferentes áreas e classificadas entre as 1.000 Maiores Empresas do Brasil, de acordo com a revista Valor Econômico.

<sup>51</sup> As outras finalidades das plataformas digitais para os comunicadores organizacionais brasileiros e que ocupam o segundo e o terceiro lugar, respectivamente, na ordem de importância são: “relacionar-se com os clientes, atendendo-os e dando suporte a eles” e “recrutar novos talentos e engajar os colaboradores”.

interpretação dos dados ancorada a um conhecimento sobre as “regras” que caracterizam o ambiente midiático em que se deu a produção de sentidos.

A *fanpage* ou “página de fã” é uma página do *Facebook* com propriedades diferentes dos perfis pessoais. Ela é empregada por marcas, empresas, grupos sociais organizados e personalidades públicas, entre outros, para o desenvolvimento de diversas ações. Lima-Cardoso *et al.* (2015) citam diferentes vantagens na utilização do *Facebook* pelas empresas, tais como a diversidade do público, que abrange diferentes idades, classes e gêneros, e a possibilidade de interagir com os membros da rede de várias maneiras. Os autores também ressaltam o baixo custo da plataforma, perspectiva reforçada por Silva, L. *et al.* (2013, p. 4): “Entre as vantagens de uso da *Fan Page* enquanto veículo de comunicação institucional de amplo alcance está também o baixo custo<sup>52</sup>, uma vez que a criação de uma conta no mesmo é gratuita”.

Ao se pensar o uso da *fanpage* como ferramenta da Comunicação Organizacional, ainda é possível elencar outras possibilidades, por exemplo: a promoção da imagem; o aumento da visibilidade de outras plataformas, como o *site* institucional da empresa; a divulgação de eventos; e a valorização do público interno, por meio da divulgação na página do trabalho desenvolvido (SILVA, L. *et al.*, 2013). Além disso, os autores (2013, p. 9) destacam como aspecto positivo a conversação com os públicos pelo bate-papo do *Facebook* o “[...] que humaniza o processo de troca de informações, por permitir que se fale diretamente com cada usuário”.

Como é possível observar, a *fanpage* é uma ferramenta que permite o desenvolvimento de um espectro variado de ações de Comunicação Organizacional junto aos públicos. O gerenciamento dessa página é feito por meio de funções disponibilizadas pelo *Facebook*: administrador, editor, moderador, anunciante e analista<sup>53</sup>. As diferentes nomenclaturas correspondem a distintas formas de atuação dos gerenciadores na administração da página. Assim, o sistema destina a cada função a possibilidade de execução de determinadas tarefas, conforme o Quadro 1.

---

<sup>52</sup> Importante ressaltar, porém, que o *Facebook* disponibiliza a contratação de ações pagas que influenciam diretamente o alcance da página junto aos públicos.

<sup>53</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/1206330326045914/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1206330326045914/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

Quadro 1 – Funções dos gerenciadores e possibilidades de atuação na *fanpage*

	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista
Gerenciar as funções e configurações da Página <sup>54</sup>	✓				
Editar a Página e adicionar aplicativos	✓	✓			
Criar e excluir publicações em nome da Página	✓	✓			
Enviar mensagens como a Página	✓	✓	✓		
Responder e excluir comentários e publicações na Página	✓	✓	✓		
Remover ou banir pessoas da Página	✓	✓	✓		
Criar anúncios	✓	✓	✓	✓	
Ver informações	✓	✓	✓	✓	✓
Ver quem publicou como a Página	✓	✓	✓	✓	✓

Fonte: Central de Ajuda do *Facebook* <sup>55</sup>.

Com base nessas funções e nas possibilidades de atuação atribuídas a cada uma delas, é possível personalizar a *fanpage* por meio de diferentes ações, como a inclusão das fotos do perfil e de capa, bem como adicionar aplicativos e vincular a página a contas de plataformas como *Instagram* e *Twitter*. O gerenciador também pode atribuir à empresa uma categoria<sup>56</sup>, o que determina os recursos disponíveis para cada tipo de página, como é possível observar no Quadro 2, a seguir:

<sup>54</sup> As categorias apresentadas na tabela são transcrições literais da página “Central de Ajuda do *Facebook*”.

<sup>55</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/1206330326045914/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1206330326045914/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

<sup>56</sup> As categorias disponibilizadas pela plataforma são: “Empresas e organizações”, “Empresas locais”, “Esportes”, “Filmes”, “Livros e revistas”, “Marcas e produtos”, “Música”, “Outra”, “Pessoas”, “Sites e blogs” e “Televisão”. Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/1602483780062090/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1602483780062090/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

Quadro 2 - Categorias e recursos disponíveis na *fanpage*

	<b>Livros e revistas, Marcas e produtos</b>	<b>Empresas e organizações</b>	<b>Empresas locais</b>	<b>Filmes, Música, Televisão</b>	<b>Pessoas, Esportes</b>	<b>Sites e blogs</b>
Descrição breve <sup>57</sup>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Site	✓	✓	✓	✓	✓	✓
E-mail		✓	✓		✓	✓
Telefone		✓	✓		✓	
Endereço		✓	✓		✓	
Mapa			✓			
Check-ins		✓	✓			
Críticas e avaliações	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Fonte: Central de Ajuda do *Facebook* <sup>58</sup>.

Além das ferramentas de personalização, o *Facebook* oferece ao gerenciador da *fanpage* informações que podem embasar o desenvolvimento de ações na página. É possível observar o andamento do número de curtidas ao longo do tempo, considerando-se, também, as descurtidas. O gerenciador também pode ter acesso ao local em que as curtidas ocorreram: se na *fanpage* ou em sugestões de página, disponibilizadas pelo *Facebook*, na *timeline* do usuário. De forma similar, é possível acompanhar os dados relacionados à categoria “Envolvimento” – que inclui os cliques em publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos.

O *Facebook* ainda disponibiliza as visualizações da *fanpage* e as “Referências externas”, que demonstram o número de vezes no qual as pessoas visitaram a página a partir de um site externo, como uma busca no *Google*, por exemplo. A categoria “Alcance total da página” abrange o número de usuários que receberam alguma atividade da *fanpage*, como publicações, postagens de outras pessoas na página, menções e *check-ins*<sup>59</sup>, entre outros. No painel administrativo, há um menu específico para o gerenciamento e o acompanhamento das publicações de vídeos. A *fanpage* permite, ainda, conferir as ações dos concorrentes por meio da comparação do desempenho entre as empresas que possuem perfil no *Facebook*.

<sup>57</sup> As categorias apresentadas na tabela são transcrições literais da página “Central de Ajuda do *Facebook*”.

<sup>58</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/1602483780062090/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1602483780062090/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

<sup>59</sup> O *check-in* no *Facebook* é a ação em que um usuário adiciona um local à sua publicação.

Em relação às informações sobre os usuários, a plataforma disponibiliza um perfil do público baseado em alguns parâmetros, tais como a porcentagem de homens e mulheres entre os fãs e as informações sobre o país, a cidade e o idioma aos quais os usuários estão vinculados. Com base nessas informações, o gerenciador tem a opção de impulsionar a publicação – ação paga que é desenvolvida por meio de dados sobre a localização geográfica da empresa e o perfil dos usuários – e desenvolver outros tipos de anúncios<sup>60</sup>, pelo “Gerenciador de anúncios”. Nele, o administrador pode definir objetivo da campanha, público-alvo, orçamento, programação do período da ação e tipo de mídia (se imagem, apresentação de *slides* ou vídeo). Assim, o *Facebook* conecta anunciantes a usuários específicos por meio de ações baseadas em interesses de conteúdo (VAN DIJCK, 2013).

Conforme explica Filho (2015), com o rastreamento das atividades e dos dados pessoais dos membros da rede, é possível relacionar as informações a perfis de consumidores e direcionar, assim, as ações das empresas que anunciam na plataforma. Como reverbera Van Dijck (2013), nesse cenário, a capacidade de customização de conteúdo gera um novo entendimento para as ações de publicidade e relações públicas. Passam a se respaldar em informações estatísticas, o que se configura como um modelo de negócio lucrativo. Além disso, outras estratégias de comunicação são desenvolvidas na plataforma, entre as quais, Van Dijck (2013) destaca a ação de *marketing* em que organizações remuneram usuários influentes na página para promover a marca na rede, o que já vem sendo feito por multinacionais como a Coca-Cola.

Além das possibilidades apresentadas, é permitido configurar a página para que o usuário a visualize de acordo com os interesses da empresa, por meio do bloqueio de ações disponíveis para os membros da rede, como a possibilidade de fazer comentários na *timeline* ou avaliações no sistema “cinco estrelas”<sup>61</sup>. Assim, o gerenciador pode moderar a página e limitar as ações dos usuários na *fanpage*, conformando o espaço de acordo com os seus objetivos (QUADRO 3).

---

<sup>60</sup> Além de “Impulsionar suas publicações”, é possível definir o anúncio com base nos seguintes objetivos: “Promover sua Página”, “Enviar pessoas para o seu site”, “Aumentar conversões no seu site”, “Obter instalações de seu aplicativo”, “Aumentar o envolvimento com seu aplicativo”, “Alcançar pessoas próximas à sua empresa”, “Aumentar a participação no seu evento”, “Fazer as pessoas obterem sua oferta”, “Obter visualizações do vídeo” e “Adquirir cadastros para o seu negócio”. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ads/manager/creation/creation/?act=339628009490731&pid=p1>>. Acesso em: 25 mar. 2016.

<sup>61</sup> O *Facebook* disponibiliza, nas *fanpages*, um sistema de avaliação baseado na classificação “cinco estrelas”. O usuário pode indicar quantas estrelas a empresa merece, na opinião dele, e comentar a sua própria avaliação.

Quadro 3 – Ações de moderação na *fanpage*

Excluir/ocultar comentários na página;
Bloquear palavras e uso do filtro de difamação <sup>62</sup> ;
Bloquear publicação de fotos e vídeos na linha do tempo da página;
Controlar o que é publicado na página <sup>63</sup> ;
Impedir que outras pessoas/páginas marquem a página;
Banir ou excluir <sup>64</sup> alguém.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Conteúdo trabalhado conforme informações disponíveis na Central de Ajuda do *Facebook*<sup>65</sup>.

Todas essas possibilidades de atuação das empresas são viabilizadas pelo algoritmo da plataforma, que define as ações possíveis e as limitações de atuação dos usuários – sejam em perfis pessoais ou *fanpages*. Por conseguinte, a mudança no algoritmo do *Facebook* pode significar uma alteração na dinâmica de uso da *fanpage* como ferramenta de comunicação pelas empresas. Como exemplo, é possível citar a atualização no algoritmo do *Facebook* feita em junho de 2016. A partir dela, as postagens de familiares e amigos tornaram-se prioritárias na linha do tempo do usuário. Assim, as publicações das pessoas com quem o usuário mais interage passaram a ocupar o topo do *feed*, o que deixou as ações de comunicação de marca e veículos de comunicação em um segundo plano.

A mais recente atualização de seu algoritmo, a fórmula secreta que decide o que será mostrado primeiro em cada perfil com base no seu histórico de navegação, atividade e amigos, irá exibir mais imagens, vídeos e links de amigos e menos de marcas e veículos de comunicação (*EL PAÍS*, 2016<sup>66</sup>).

<sup>62</sup> Conforme consta na página “Central de Ajuda” do *Facebook*, por meio do “Filtro de difamação”, “É possível bloquear níveis diferentes de linguagem ofensiva em sua Página”. Essa ferramenta foi criada com base nas palavras e frases mais denunciadas como ofensivas pelos usuários da plataforma. Na página, o gerenciador pode acessar o “Filtro de linguagem ofensiva” e optar por um critério de moderação médio ou forte. Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 7 dez. 2016.

<sup>63</sup> Nesse caso, o gerenciador pode desativar as publicações de outras pessoas na página, permitir a publicação de fotos e de vídeos ou optar pela análise das publicações de outras pessoas antes de elas aparecerem na sua *fanpage*. Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

<sup>64</sup> No *Facebook*, os termos “banir” e “excluir” correspondem a ações diferentes na plataforma. Quando o gerenciador bane alguém da sua *fanpage*, o usuário fica impedido de publicar na página, comentar/curtir as publicações e não pode enviar mensagens ou curtir a *fanpage*. No entanto, ele ainda consegue compartilhar as publicações da página em outros lugares do *Facebook*. Já quando o gerenciador exclui alguém, esse usuário será retirado da lista de curtidores, mas ainda conseguirá interagir com a *fanpage*. Nesse caso, se o usuário desejar, ele pode curtir novamente a página.

<sup>65</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 25 nov. 2016.

<sup>66</sup> Matéria “Facebook privilegiará amigos e familiares em vez de notícias: atualização do algoritmo penaliza marcas e imprensa para priorizar os perfis pessoais”. Disponível em:

A modificação no ranqueamento das publicações<sup>67</sup> – com a exibição no topo do que é publicado pelos amigos e familiares e depois o que é produzido em páginas – traz à tona a necessidade do engajamento do usuário para um bom desempenho das marcas. Isso porque “Se eu compartilho o *link* de uma página de publicador, isso é considerado como o post de um amigo e tende a ir melhor. Quanto mais os publicadores confiarem no compartilhamento de seu conteúdo pelas pessoas, menos eles serão afetados por essas mudanças<sup>68</sup>”. Além disso, reforça a importância do desenvolvimento de ações pagas na plataforma como forma de amenizar as barreiras impostas pelo algoritmo. Nesse sentido, evidencia-se a exigência de as empresas se (re)adaptarem constantemente, considerando a potencialidade de participação dos públicos nos processos comunicacionais e a apropriação das plataformas de comunicação digitais como ferramentas da CO.

Neste capítulo, a temática da Comunicação Organizacional foi abordada sob um viés complexo – que abarca a incerteza, a contradição e as possibilidades de desvio de sentidos – e com base no entendimento da potencialidade de participação dos públicos e do uso das plataformas de comunicação digitais como ferramentas da CO. Essa percepção sobre a dinâmica comunicacional se faz pertinente para que, na fase da metodologia, a disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco seja interpretada conforme a apreensão desse contexto que permeia a atuação da empresa e dos usuários. Com fundamento nessa perspectiva, parte-se, neste momento, para a abordagem da Análise do Discurso (AD), como dispositivo teórico-metodológico do trabalho.

---

<[http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/30/tecnologia/1467241453\\_042707.html?id\\_externo\\_rsoc=TW\\_CM](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/30/tecnologia/1467241453_042707.html?id_externo_rsoc=TW_CM)>.

Acesso em: 24 nov. 2016.

<sup>67</sup> Como alternativa à nova programação algorítmica, algumas empresas passaram a publicar orientações com o objetivo de incentivar os curtidores a optar pela permanência das postagens das páginas no topo do seu *feed* de notícias, por meio da opção “Ver primeiro”.

<sup>68</sup> Matéria “Facebook vai priorizar post de amigo e familiar”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/facebook-vai-priorizar-post-de-amigo-e-familiar.html>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

### 3 REFLEXÕES TEÓRICAS COMO SUBSÍDIOS PARA A ANÁLISE DO DISCURSO (AD)<sup>69</sup>

O objetivo, neste capítulo, é construir um embasamento teórico que possibilite, na fase de desenvolvimento da metodologia, a análise da disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco ancorada à Análise do Discurso (AD). Para isso, inicialmente constrói-se uma reflexão sobre a AD e as principais questões que permeiam o processo de produção de sentidos. Após esses apontamentos iniciais, as noções-conceito Condições de produção, Memória discursiva, Estratégias discursivas, Contrato de comunicação e Acontecimento discursivo são apresentadas com vistas a alicerçar o exercício de observação das questões constitutivas da produção de sentidos. Por meio da apropriação dessas noções, será possível caracterizar a disputa de sentidos configurada na página da Samarco a partir do rompimento da barragem de Fundão.

#### 3.1 A Análise do Discurso

“O discurso é assim palavra em movimento, prática da linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2012, p. 15). Qualquer fato solicita aos sujeitos uma interpretação: o próprio ato da fala já é um processo de significação. No entanto, concomitantemente, os sentidos “[...] parecem já estar sempre lá [...]”, como lembra a autora (ORLANDI, 2012). Sendo assim, as palavras presentes no dia a dia das pessoas já possuem uma gama de sentidos relacionada a elas sobre os quais os sujeitos não têm ciência de como se constituíram, mas que, apesar disso, significam “em nós e para nós” (ORLANDI, 2012).

Tendo em vista essa concepção sobre a dinâmica do discurso, a Análise do Discurso, como explica Orlandi (2012), baseia-se na premissa de que há diferentes formas de dar significado a um objeto simbólico. Partindo dessa perspectiva, a pergunta que se faz, em investigações que utilizam esse dispositivo teórico-metodológico, é *como* um texto gera significado (ORLANDI, 2012; SCHWAAB, 2011. Grifos nossos). Para atingir tal objetivo, a Análise do Discurso se constitui por meio de uma relação com diferentes “regiões do

---

<sup>69</sup> Importante ressaltar que a divisão do capítulo em tópicos apresenta-se como estratégia para organizar a narrativa, devido à extensão do texto, mas não se configura como uma tentativa de dissociar as temáticas acerca do discurso, uma vez que as noções-conceito apresentadas se constituem por meio da correlação entre elas.

conhecimento” (ORLANDI, 2012) e, ao mesmo tempo, apresenta em sua abordagem questionamentos sobre cada área de acordo com a noção do discurso. Sendo assim, a AD:

Interroga a *Linguística* pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o *Materialismo* perguntando pelo simbólico e se demarca da *Psicanálise* pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (ORLANDI, 2012, p. 20, grifos nossos).

Com base nessas indagações, a Análise do Discurso tenta abranger as variáveis envolvidas no processo de produção de sentidos. Para isso, apresenta uma abordagem na qual a construção discursiva se dá com a interposição do sujeito – e da sua historicidade – e das relações “[...] entre sujeito, a Língua e a Ideologia, tudo isso dimensionado no tempo e no espaço [...]” (SCHWAAB, 2011, p. 65-66). Ou seja, os sentidos são constituídos com base na relação entre elementos heterogêneos, e a análise não se limita à existência material da língua, uma vez que questões sócio-históricas influenciam essa dinâmica.

Nesse sentido, Pêcheux (1995) explica que, no âmbito da AD, a língua pode ser concebida como uma “base comum” na qual diferentes processos discursivos são constituídos. “É, pois, *sobre a base dessas leis internas que se desenvolvem os processos discursivos*, e não enquanto expressão de um puro pensamento, de uma pura atividade cognitiva, etc., que utilizaria ‘acidentalmente’ os sistemas linguísticos” (PÊCHEUX, 1995, p. 91, grifos do autor). Em consonância com essa perspectiva, Charaudeau (2009c) sustenta que, apesar de o discurso ser construído por meio da língua<sup>70</sup>, ele não se limita às regras de uso do sistema linguístico, mas:

Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre esses dois pólos (CHARAUDEAU, 2009c, p. 40).

Brandão (2004) reitera essa perspectiva ao dizer que a linguagem, como discurso, não pode ser interpretada apenas como um conjunto de signos que possibilitam a comunicação ou funcionam como um “suporte” para o pensamento. Isso porque, no processo discursivo, estão envolvidas questões exteriores à língua. Charaudeau (2010) acrescenta que o sentido de um ato de comunicação não pode ser definido com base apenas em seu “sentido explícito”, aquele que pode ser verificado por meio de uma consulta ao dicionário. “Se nos

---

<sup>70</sup> Como explica Charaudeau (2009c), ao se configurar por meio da língua, o discurso também gera um movimento de modificação nela.

restringíssemos a esse sentido, ficaríamos sempre aquém do sentido do ato de linguagem, caso o queiramos considerá-lo um ato de troca psicológico e social” (CHARAUDEUAU, 2010, p. 3).

Como explica Navarro (2006), essa forma de olhar para o texto, advinda com o surgimento da AD nos anos 1960, não busca o “verdadeiro” sentido das palavras ao se observar as estratégias discursivas e os conflitos constituídos discursivamente, mas a compreensão de sentidos que “[...] estão à margem do texto, isto é, ‘escutar’ e fazer ‘falar’ a relação entre o dito e o não dito [...]” (NAVARRO, 2006, p. 71). Nesse viés, a teoria materialista do discurso proposta por Pêcheux<sup>71</sup> (1995, p. 153) visa a suplantar tanto a “evidência espontânea do sujeito (como origem ou causa de si)”, quanto aquela relacionada ao sentido, a “filosofia idealista da linguagem”. Nesse cenário, a constituição do sentido se dá por meio de um processo.

[...] o *sentido* de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc., não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas) (PÊCHEUX, 1995, p. 160).

Ainda segundo Navarro (2006), a forma de interpretar os discursos, postulada por Pêcheux, não se constitui em compreender o texto como “depositário de sentidos que precisam ser encontrados pelos leitores, por meio de um gesto de leitura que não consideraria as determinações histórico-sociais” (NAVARRO, 2006, p. 70). Sendo assim, não se busca sentidos ocultos presentes no texto, mas o modo como a produção de sentidos se configurou, considerando-se o discurso como o resultado de um processo em que também encontram-se inscritas variáveis históricas e sociais e a dimensão do inconsciente.

Tal entendimento sobre a AD é essencial para compreensão do modo como se deu a disputa de sentidos entre a empresa e os usuários – e entre os próprios usuários – na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão. Será preciso atentar para as diferentes variáveis inseridas nesse processo, uma vez que a forma de olhar para o texto, proposta pela Análise do Discurso, não se limita à existência material da língua. Sendo assim, a análise do objeto se dará considerando os aspectos sócio-históricas e a relação ideologia-sujeito como constituintes do processo de produção de sentidos.

<sup>71</sup> A visada teórica de Pêcheux, como a concebe Navarro (2006), é constituída a partir do materialismo histórico e alicerçada nas concepções de Louis Althusser “tais como ideologia, aparelhos ideológicos, divisão e luta de classes (...)” (NAVARRO, 2006, p. 68). Ainda de acordo com o autor, o terceiro elemento que compõe a tríade que embasa a perspectiva da AD, em Pêcheux, é a dimensão do inconsciente, de acordo com a formulação freudiana. Como reitera Baronas (2005), Pêcheux propõe uma “*intervenção epistemológica*” por meio do discurso, pensado à luz do materialismo histórico e, assim, em relação com a ideologia.

### 3.2 Ideologia e Sujeito

No contexto da Análise do Discurso, como explica Pêcheux (1995), a ideologia se configura, “em sua materialidade concreta”, sob a forma de Formações Ideológicas (FIDs). Como clarifica o autor, as palavras adquirem um ou outro sentido a depender da posição do sujeito que diz, ou seja, de acordo com as FIDs às quais essas posições estão associadas. A relação entre palavra e sentido se configura dessa maneira porque, no âmbito do discurso, o linguístico e o social são indissociáveis (BRANDÃO, 2004).

O indivíduo é interpelado enquanto sujeito pela ideologia<sup>72</sup> para assumir um lugar social e se constituir – ideologicamente – como membro de uma determinada classe ou grupo social, tendo a impressão de que a sua escolha foi baseada em um pressuposto de liberdade (NAVARRO, 2006; BRANDÃO, 2004). Como resume Pêcheux (1995): “Na verdade, o que a tese ‘a Ideologia interpela os indivíduos em sujeitos’ designa é exatamente que ‘o não-sujeito’ é interpelado-constituído em sujeito pela Ideologia” (PÊCHEUX, 1995, p. 155).

Nesse contexto, a ideologia<sup>73</sup> se coloca como algo intrínseco aos processos de produção de sentido: “[...] a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia” (BRANDÃO, 2004, p. 11). Assim, como postula Orlandi (2012), essa vinculação se dá pela materialização da ideologia no discurso e, por conseguinte, do discurso na língua.

Desse modo, os sentidos sempre são determinados ideologicamente. Não há sentido que não o seja. Tudo que dizemos tem, pois, um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos. E isto não está na essência das palavras mas na discursividade, isto é, na maneira como, no discurso, a ideologia produz seus efeitos, materializando-se nele. O estudo do discurso explicita a maneira como linguagem e ideologia se articulam, se afetam em sua relação recíproca (ORLANDI, 2012, p. 43).

Desse ponto de vista, a autora propõe o entendimento de uma “definição discursiva de ideologia”, com base na compreensão de que, ao se constatar a necessidade de interpretação para que haja sentido, evidencia-se a presença da ideologia.

É importante ponderar que a ideologia, enquanto inerente à construção discursiva, “[...] é responsável pela produção de evidências que colocam o sujeito em relação imaginária

<sup>72</sup> Como descreve Brandão (2004), Pêcheux denomina a identificação do sujeito com a Formação Discursiva que o domina como “forma-sujeito”, ou seja, aquele indivíduo que é interpelado pela ideologia.

<sup>73</sup> Na AD, a ideologia não se refere a uma ocultação da realidade ou uma visão de mundo, mas à “função da relação necessária entre linguagem e mundo” (BRANDÃO, 2004).

com as suas próprias condições históricas de existência, fazendo parecer que não existem outros modos de dizer algo” (MOREIRA *et al.*, 2012, p. 164). No entanto, como pondera Orlandi (2012), não há transparência quando se trata da linguagem, dos sentidos e dos sujeitos, pois essas instâncias da construção discursiva se constituem em processos que envolvem, ao mesmo tempo, a língua, a história e a ideologia.

Pela interpelação da ideologia, emerge o assujeitamento e, por meio dele, a noção de sujeito revela sua ambiguidade. Isso porque ao mesmo tempo em que o sujeito determina o que diz, ele tem sua fala condicionada “[...] pela exterioridade na sua relação com os sentidos” (ORLANDI, 2012, p. 50). Nessa dinâmica, explica Orlandi (2012), o assujeitamento o submete e, ao mesmo tempo, coloca-o como livre e responsável, fazendo com que o discurso apareça como algo transparente, que reflete a realidade de forma precisa. Porém, “o falante não opera com a literalidade como algo fixo e irreduzível, uma vez que não há um sentido único e prévio, mas um sentido instituído historicamente na relação do sujeito com a língua e que faz parte das condições de produção do discurso” (ORLANDI, 2012, p. 52).

Sendo assim, o sujeito é, concomitantemente, “sobredeterminado – mas somente em partes – pelos condicionamentos de ordens diversas, e livre para operar suas escolhas no momento de focalizar seu discurso” (CHARAUDEAU, 1988 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 458). O sujeito do discurso, então, é interpelado pelas questões que permeiam o contrato de comunicação, mas também tem a capacidade de particularizar o seu discurso por meio da adoção de estratégias discursivas. Com base em uma noção construída com fundamento nas acepções de Althusser (1970), Brandão (2004) concebe a contradição presente na constituição do sujeito:

- 1) uma subjetividade livre enquanto centro de iniciativas, senhora de suas vontades, responsável por seus atos, que lhe permite “caminhar sozinho”;
- 2) e uma subjetividade *assujeitada* a uma ordem superior (submetida às coerções das condições de produção), portanto, desprovida de liberdade, exceto de aceitar livremente sua sujeição (BRANDÃO, 2004, p. 81, grifos nossos).

Desse modo, como explica Brandão (2004), o sujeito apresenta uma característica paradoxal intrínseca “[...] ao mesmo tempo em que é interpelado pela ideologia, ele ocupa, na formação discursiva que o determina, com sua história particular, um lugar que é essencialmente seu [...]” (BRANDÃO, 2004, p. 81). Constituído por essas duas dimensões contraditórias, o sujeito, no contexto do ato languageiro, assume diferentes posições que o permitem interpretar as variáveis que estão em cena na situação comunicacional.

Enfim, ele se desdobra na medida em que é levado a desempenhar alternativamente dois papéis de bases diferentes: papel de sujeito que produz um ato de linguagem e o coloca em cena, imaginando como poderia ser a reação de seu interlocutor, e papel do sujeito que recebe e deve interpretar um ato de linguagem em função do que ele pensa a respeito do sujeito que produziu esse ato (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 458).

Assim, durante o ato de comunicação, como destaca Brandão (2004) com base nas ideias de Orlandi e Guimarães (1986), o sujeito assume várias posições enunciativas em contraponto a um sujeito coerente, indiviso. A autora define esse discurso heterogêneo como a incorporação de diferentes “vozes sociais” pelo enunciador. Por outro lado, pontua que, no ato discursivo, o locutor busca a coerência do seu discurso. Uma “‘vocalização totalizante’ faz com que o texto adquira, na forma de um concerto polifônico, uma unidade, uma coerência, quer harmonizando as diferentes vozes, quer ‘apagando’ as vozes discordantes” (BRANDÃO, 2004, p. 83).

Também sobre a dimensão do sujeito, Brandão (2004) traz à tona a dimensão do outro – a alteridade – em seu processo de constituição:

Para a análise do discurso, é essa concepção de sujeito – que vai perdendo a polaridade centrada ora no *eu* ora no *tu* e se enriquecendo com uma relação dinâmica entre identidade e alteridade – que vai ocupar o centro de suas preocupações atuais. Para ela, o centro da relação não está nem no *eu* nem no *tu*, mas no espaço discursivo criado entre ambos. O sujeito só constrói sua identidade na interação com o outro. E o espaço dessa interação é o texto [...] (BRANDÃO, 2004, p. 76).

A existência do sujeito, nesse contexto, está relacionada à sua incompletude e, ao mesmo tempo, ao seu desejo de “querer ser inteiro” (BRANDÃO, 2004). A ligação entre identidade e alteridade retira o foco da relação no “eu” ou no “tu”, como ocorria em concepções anteriores, e passa a se direcionar ao espaço discursivo criado entre essas duas dimensões. A completude do sujeito somente é alcançada pela interação com o outro (BRANDÃO, 2004).

Ainda sobre a dimensão do sujeito no âmbito da AD, é preciso que o analista tenha como perspectiva o “descentramento do sujeito”. Como explica Brandão (2004), o sujeito, apesar de essencial ao processo discursivo (não existe discurso sem a presença dele), não ocupa uma posição prevalecente, entendido como a “fonte absoluta do sentido”, pois, no seu discurso, estão presentes outras falas. Conforme reitera Navarro (2006), é preciso que o analista se distancie de uma “epistemologia subjetivista”, centrada no sujeito, para compreender a dinâmica entre as variáveis que compõem a construção discursiva. “O materialismo histórico de um lado e a psicanálise de outro promoveram o descentramento do

sujeito. O sujeito falante pode sofrer determinações vindas de um ‘outro’ (uma formação discursiva<sup>74</sup>) ou de um ‘Outro’ (o inconsciente)” (NAVARRO, 2006, p. 72).

Partindo da compreensão da ideologia como algo intrínseco aos processos de produção de sentidos, busca-se reconhecer, no momento da análise, o modo como ela se materializou no discurso dos sujeitos. Nessa perspectiva, é necessário observar os posicionamentos assumidos pela empresa e pelos usuários na dinâmica discursiva e relacionar de que modo os sentidos atribuídos às palavras estão relacionados à posição do sujeito que diz e, por conseguinte, às Formações Ideológicas às quais essas posições estão associadas.

### 3.3 Formação Discursiva (FD)

O entendimento do lugar que a ideologia e o sujeito ocupam, no âmbito dos estudos da AD, permite avançar na reflexão sobre a Análise do Discurso com base na discussão sobre a Formação Discursiva (FD), concebida como uma noção de formação constituinte da AD. Pêcheux (1995, p. 160, grifos do autor) define a FD como “[...] aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* [...]”, ela é o lugar em que o sentido é constituído, sua “matriz”.

A FD é uma noção foucaultiana, reformulada por Pêcheux<sup>75</sup> (NAVARRO, 2006; CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008), “[...] para fazer referência ao conjunto de regras anônimas e históricas que determina o que pode e deve ser dito a partir de determinada posição em dada conjuntura” (NAVARRO, 2006, p. 74). Desse modo, faz-se pertinente voltar à noção de Foucault da qual se vale Pêcheux para constituir o seu modo de análise do discurso.

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* [...] (FOUCAULT, 2010, p. 43, grifo do autor).

<sup>74</sup> Conforme explica Brandão (2004, p. 77), com a acepção de Pêcheux, a Formação Discursiva pode ser entendida como “o que pode e deve ser dito por um sujeito” em uma determinada conjuntura.

<sup>75</sup> Baronas (2005) reivindica, em relação à noção Formação Discursiva, uma “paternidade compartilhada”. Para sustentar seu argumento, o autor afirma que, apesar de não se apresentar de forma desenvolvida, a noção já está manifesta em um texto de Pêcheux, Fuchs e Culioli datado de 1968, um ano antes da primeira publicação da “Arqueologia do Saber”, de Foucault. O autor acredita, assim, que a FD é derivada do paradigma marxista formação social, formação ideológica e, com base nisso, formação discursiva.

Como explicam Charaudeau e Maingueneau (2008), ao descrever a Formação Discursiva, Foucault procurou trazer uma perspectiva diferente frente às unidades tradicionais como “teoria”, “ideologia” e “ciência”, “[...] para designar conjuntos de enunciados que podem ser associados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas [...]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 241). Ainda de acordo com os autores, com a apropriação de Pêcheux, essa noção-conceito passa a ser “acolhida” na Análise do Discurso. Nesse âmbito,

É ela, a FD, que determina o que pode ser dito em direção aos efeitos do momento da conjuntura e do acontecimento, sempre atravessada por diferentes ideologias (a jurídica, religiosa, etc.). Esse conceito estabelece uma relação muito próxima entre a história, concebida como relação ideológica de forças, o que marca uma instância de “escolha” das palavras a serem faladas e também de controle de sentidos das informações a serem circuladas e regularizadas no interior de uma FD dominante, que determina o que pode ser colocado em circulação (MOREIRA *et al.*, 2012, p. 164).

Assim, como explica Orlandi (2012), os sentidos se constituem de determinado modo porque aquilo que é dito pelo sujeito se “inscreve” em uma Formação Discursiva. Indursky (2003), com base nas ideias de Pêcheux (1975), explica que o dizer de um sujeito está sempre vinculado a uma Formação Discursiva, que “autoriza certos discursos e impede outros” (INDURSKY, 2003, p. 102).

Ou seja, o sujeito, ao produzir seu discurso, o faz afetado pela ideologia e pelo inconsciente e, por conseguinte, seu dizer inscreve-se, sem que ele perceba, em uma Formação Discursiva determinada, de onde não só ele retira os elementos de saber que se organizam no interior de seu discurso, como também e, sobretudo, ele se significa ao significar ou re-significar seu dizer (INDURSKY, 2003, p. 102).

Isso possibilita que uma mesma palavra possa ter sentidos diferentes, de acordo com a FD na qual se inscreve: “[...] seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva” (PÊCHEUX, 1995, p. 161). Do mesmo modo, palavras “literalmente diferentes” podem assumir, em uma determinada FD, o mesmo sentido.

No entanto, uma Formação Discursiva não pode ser entendida como um sistema fechado em si mesmo e que não sofre influências externas no seu processo de (re)constituição (ORLANDI, 2012; SCHWAAB, 2011; BRANDÃO, 2004). Como explicam Moreira *et al.* (2012), uma FD é formada por diferentes fragmentos discursivos que se reorganizam ao passo que a construção discursiva acontece.

Assim, uma FD não deve ser entendida como um bloco compacto e coeso que se opõe a outras FD's. Pois “uma FD é heterogênea a ela própria” e o seu fechamento é bastante instável, não há um limite rigoroso que separa o seu “interior” do seu “exterior”, uma vez que ela confina com várias outras FDs e as fronteiras entre elas se deslocam conforme os embates da luta ideológica. É assim que se pode afirmar que uma FD é atravessada por várias FDs e, conseqüentemente, que toda FD é definida a partir de seu interdiscurso (BRANDÃO, 2004, p. 88-89).

Assim, conforme reitera Orlandi (2012), as Formações Discursivas não podem ser concebidas como “blocos homogêneos” que funcionam de forma automática. “Elas são constituídas pela contradição, são heterogêneas nelas mesmas e suas fronteiras são fluidas, configurando-se e reconfigurando-se continuamente em suas relações” (ORLANDI, 2012, p. 44). Nesse sentido, Schwaab (2011) explica que “Cada FD é heterogênea por natureza e organiza blocos discursivos, como famílias, mas com fronteiras permeáveis” (SCHWAAB, 2011, p. 70). As FDs são entendidas como “efeito de interdiscursividade<sup>76</sup>” e são caracterizadas como algo transponível e que não possui estabilidade (BRANDÃO, 2004).

Ao se voltar o olhar para o objeto de pesquisa, a noção de Formação Discursiva permitirá ter uma visão complexa sobre o processo de produção de sentidos: as “regras” que permitem a emergência de certos discursos e impedem outros. Assim, será possível apreender a dinâmica de atribuição de sentidos às palavras e a relação entre elas – palavras diferentes que possuem o mesmo sentido e palavras iguais com sentidos diferentes – no contexto da Formação Discursiva analisada.

### 3.4 Condições de produção

A Análise do Discurso leva em conta o homem na sua história (ORLANDI, 2012). O sentido é considerado no contexto de um determinado tempo e espaço das ações humanas: “[...] os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos” (ORLANDI, p. 2012, p. 30). Ao se pensar as condições de produção, é necessário se atentar para os fatores exteriores à língua, como as condições históricas e sociais nas quais os discursos são constituídos.

As determinações sócio-históricas do processo de produção de sentidos, como afirmam Moreira *et al.* (2012), trazem um delineamento singular ao discurso. Ao se constituir

---

<sup>76</sup> Brandão (2004, p. 107) resume a interdiscursividade como “[...] a relação de um discurso com outros discursos”.

espaço-temporalmente, “[...] o sentido pode (sempre) ser outro [...]” (MOREIRA *et al.*, 2012, p. 164). A abordagem dessa noção-conceito aproxima de uma das noções de formação que caracterizam a Análise do Discurso<sup>77</sup>, a Formação Social (FS). Para Schwaab (2011, p. 67), “A formação social congrega as trocas sociais, é delimitadora do conjunto de práticas, normas, tradições e regras que organizam determinado grupo e seu espaço de interação”. Ela diz respeito ao contexto em que o discurso é produzido e, conseqüentemente, à forma como ele influencia o processo de produção de sentidos.

Partindo do pressuposto de que o sentido se constitui espaço-temporalmente, ao voltar o olhar para o objeto de pesquisa, será preciso atentar para o contexto em que os dizeres se constituíram. Nesse viés, é fundamental refletir sobre as condições de produção daquele discurso e o modo como essa dimensão se fez presente na disputa de sentidos: como as temáticas abordadas pela empresa e pelos usuários na página estão relacionadas a ela. No âmbito dessa discussão, é possível pensar sobre as preocupações dos sujeitos naquele momento: as ações assistenciais imediatas às vítimas ou a iminência do fechamento da Samarco?

Importante ressaltar que as condições de produção podem estar relacionadas a um contexto mais específico – a falta d’água em Governador Valadares, por exemplo – ou a um contexto mais amplo – como o cenário político brasileiro à época das publicações. Nesse viés, aspectos das condições de produção de cada postagem analisada poderão se manter, e outros emergir como caracterizantes apenas de um *post*. Com base nessa compreensão, será preciso, no momento da análise das condições de produção, considerar o distanciamento temporal entre o ocorrido – a ruptura da barragem de Fundão – e os sentidos sobre ele produzidos.

No quadro desta pesquisa, é preciso observar, de forma particular, o modo como a produção de sentidos se configura no ambiente digital ou, dito de outro modo, como esse espaço conforma as condições de produção do discurso. É necessário, assim, não negligenciar a materialidade<sup>78</sup> sobre a qual o discurso é produzido e ponderar sobre as “[...] possibilidades tecnológicas oferecidas pelo funcionamento do ciberespaço - que unifica, mistura e deslineariza os sentidos - num imbricamento discursivo e hipertextual [...]” (SILVEIRA, 2011, p. 1).

<sup>77</sup> Como descreve Schwaab (2011), as noções de formação que caracterizam a AD são: a social, a ideológica, a imaginária e a discursiva.

<sup>78</sup> Nesse cenário, no qual estão inscritas as tecnologias e as materialidades, faz-se necessário evitar perspectivas deterministas em que as tecnologias são vistas como capazes de ditar o comportamento humano ou, por outro lado, em que as forças sociais têm a capacidade de “domesticar” totalmente a tecnologia (LANGLOIS, 2014).

Essa estrutura da *Web* permite a construção de uma “hiper-narrativa”<sup>79</sup> (MANOVICH, 2005) a partir do atravessamento da base de dados, por meio dos *links*, que o sujeito realiza. Tal narrativa hipertextual se constitui a partir de diferentes elementos multimídia<sup>80</sup>, como texto, fotografia e vídeo. Como explica Maingueneau (2015, p. 159), a multimedialidade não surgiu apenas com a emergência dos processos comunicacionais em ambiente digital. Para o autor, “[...] o discurso oral já é multimodal por natureza [...]”, uma vez que, no ato comunicativo, estão envolvidos, simultaneamente, um “fluxo sonoro” e movimentos corporais. No entanto, as características da internet potencializaram as possibilidades relacionadas à presença de diferentes elementos multimidiáticos em um mesmo ambiente. “Face às limitações de multimedialidade dos meios analógicos anteriores, a *Web* oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais” (SALAVERRÍA, 2014, p. 32).

A multimedialidade, entendida como a combinação de linguagens ou formatos<sup>81</sup> (SALAVERRÍA, 2014), faz com que seja necessário que o analista do discurso esteja atento também à presença dimensão imagética do discurso, tais como imagens, ilustrações, gráficos e *emojis*. Navarro (2006) dá relevo a essa discussão ao se referir aos discursos midiáticos:

O poder da imagem de conservar as forças das relações sociais e o fato de os efeitos de sentido produzidos nos discursos da mídia emergirem do diálogo estabelecido entre enunciado verbal e imagético parecem reclamar o acréscimo do aspecto semiótico como uma terceira ordem<sup>82</sup> que constitui o discurso. (NAVARRO, 2006, p. 90).

Além da compreensão sobre a multimedialidade, é preciso atentar para a dinâmica de registro do discurso na *Web*. Isso porque, apesar dos “rastros” (RECUERO *et al.*, 2015) deixados pelos atores sociais, é possível que o conteúdo seja editado ou até mesmo apagado, diferente do que ocorre na fala, por exemplo. Assim, como afirma Maingueneau (2015, p. 163, grifo do autor), “Nos *sites* da *Web*, a própria identidade de um enunciado é problemática”.

O que aparece na tela só define um estado transitório. Em função das restrições que variam segundo o tipo de *site* de que se trate, os conteúdos dos módulos podem ser

<sup>79</sup> Discussão desenvolvida no tópico “*Facebook* e ambiente digital: a plataforma como novo *media*”.

<sup>80</sup> Para Salaverría (2014), atualmente é possível elencar oito elementos que integram a linguagem multimídia: texto; fotografia; gráficos, iconografia e ilustração; vídeo; animação digital; discurso oral; música e efeitos sonoros; e vibração.

<sup>81</sup> Adota-se, aqui, uma das acepções propostas por Salaverría (2014) para o conceito de multimedialidade: pode ser definida como a combinação de, pelo menos, dois tipos de linguagem em uma mesma mensagem.

<sup>82</sup> O autor menciona o aspecto semiótico com base no entendimento do discurso definido, até então, pelas instâncias linguísticas e históricas. Desse modo, Navarro (2006) propõe a reflexão de que, na contemporaneidade, faz-se necessário refletir sobre a dimensão da semiótica nos estudos do discurso.

renovados a todo momento, cada um segundo seu ritmo, fazendo vacilar uma das condições implícitas do que tradicionalmente chamamos de texto: a estabilidade. (MAINGUENEAU, 2015, p. 163-164).

No tocante à dimensão do sujeito, Moreira *et al.* (2012) constroem uma reflexão sobre o entendimento que o indivíduo faz do contrato de comunicação, considerando o lugar em que os discursos são produzidos. No ambiente digital, “[...] naturaliza-se o efeito de que é permitido inscrever quaisquer dizeres, inclusive os que são contra a lei e pregam a violência, o que engendra uma formação imaginária<sup>83</sup> de permissão e autorização absolutas como se a teia digital tudo pudesse aceitar” (MOREIRA *et al.*, 2012, p. 162). Para os autores, algo ilusório já que existem mecanismos de identificação do sujeito nesse espaço. Devido a essa “ilusão do anonimato”, algumas pessoas fazem uso desse espaço para lançar mão de discursos de ódio, como exemplifica Bicalho (2016):

São visíveis várias páginas e grupos fechados no Facebook, em que os participantes criam um laço forte dentro de determinado contexto e se sentem à vontade para opinar livremente, mesmo que de forma preconceituosa e condenável na interação face a face, sobre determinado assunto (BICALHO, 2016, p. 46).

Ao abordar a construção discursiva em ambientes digitais<sup>84</sup>, Silveira (2011) reflete sobre os processos de abertura e de fechamento dos sentidos observáveis nesse espaço. No que se refere à abertura, é possível mencionar os *links* que podem levar, por meio da hipertextualidade, a diferentes direções. Como corrobora Moreira (2012):

Nesse contexto, temos a inscrição do sujeito que, afetado pelas condições de produção do digital, posiciona-se discursivamente no entremeio dos movimentos de sua navegação e dos passos deixados por outros sujeitos navegadores; ou seja, a cada clique no *mouse*, a cada letra digitada no teclado, uma nova rota pode ser tomada e diversos outros sentidos podem ser inscritos no intervalo entre palavras já ditas e em curso (MOREIRA *et al.*, 2012, p. 162).

Por outro lado, o fechamento de sentidos se dá por meio de um processo em que “a insistência de alguns sentidos que vão parametrando um processo de naturalização e universalização desses sentidos e vão suturando, com o ‘inquestionável da universalidade’, o espaço de significação, e, portanto, de enunciação do sujeito” (MORELLO, 2003, p. 123 *apud* SILVEIRA, 2011, p. 1-2). Nessa dinâmica,

<sup>83</sup> Como será discutido em um tópico posterior, a Formação Imaginária refere-se à posição que o sujeito atribui para si e para o seu interlocutor no contexto da troca linguageira (SCHWAAB, 2011).

<sup>84</sup> A análise da autora se concentra na plataforma *Twitter*, mas tais apontamentos são pertinentes para se pensar a dinâmica de produção de sentidos também em outras plataformas de comunicação digital, como o *Facebook*.

Naturaliza-se o que é produzido na relação do histórico e do simbólico. Por esse mecanismo – ideológico – de apagamento da interpretação, há a transposição de formas materiais em outras, construindo-se transparências – como se a linguagem e a história não tivessem sua espessura, sua opacidade – para serem interpretadas por determinações históricas que se apresentam imutáveis, naturalizadas (ORLANDI, 2012, p. 46).

Como demonstram esses apontamentos sobre os discursos inscritos no ambiente digital, as mídias alteram a forma como os sujeitos “interpretam, produzem e compartilham” significados (LANGLOIS, 2014). Desse modo, Langlois (2014) propõe o entendimento do sentido como o resultado da relação entre a linguagem, o social e as tecnologias.

Assim, as tecnologias de mídia, juntamente com as dinâmicas institucionais, políticas, econômicas e culturais em que são desenvolvidas, constroem um contexto específico para o sentido. Em particular, a proliferação de conteúdo em mídias sociais [...] introduz um contexto de comunicação radicalmente diferente que, por sua vez, afeta a forma como se dá a produção de sentidos. Portanto, ao analisar as mudanças nesse processo, é crucial considerar as possibilidades de armazenamento e circulação introduzidas pelas tecnologias de mídia social<sup>85</sup> (LANGLOIS, 2014, p. 27, *tradução nossa*).

Desse modo, as possibilidades de significação são alteradas devido às condições nas quais aquele ato de comunicação se constitui. Nesse processo, estão envolvidas dimensões heterogêneas que envolvem questões de ordem social – políticas, econômicas e culturais – e, segundo Langlois (2014), relacionadas à materialidade da comunicação, como a tecnologia. Dessa forma,

[...] as novas tecnologias da comunicação não são apenas instrumentos a serviço de uma comunicação verbal que permaneceria fundamentalmente inalterada: elas modificam a materialidade do que se entende por “discurso”, com tudo o que isso implica em termos de relações sociais e de construção da subjetividade (MAINGUENEAU, 2015, p. 170).

Por meio desses apontamentos sobre o discurso no ambiente digital, será possível, no momento da análise, tratar de forma mais específica como as limitações e as possibilidades do *Facebook*, determinadas pelo algoritmo da plataforma, conformam o processo de produção de sentidos. Em uma segunda etapa, refletir sobre a função cumprida pelos elementos característicos do *Facebook* – a marcação de usuários, por exemplo – na dinâmica discursiva. Nesse viés, além das condições sócio-históricas, será preciso atentar para a forma como as

---

<sup>85</sup> “So media technologies, along with the institutional, political, economic, and cultural dynamics within which they are developed, build a specific context for meaning. In particular, the proliferation of content on social media—where anybody can post anything—introduces a radically different communication context, which in turn affects how we approach meaning. Therefore, examining the changes in meaning production, storage, and circulation introduced by social media technologies is crucial”.

peculiaridades desse ambiente tornam-se condições de produção do discurso, caracterizadas também pela memória discursiva (ORLANDI, 2012).

### 3.5 Memória discursiva

Para Orlandi (2012, p. 31), a memória discursiva pode ser interpretada como “[...] o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”. Sendo assim, a memória discursiva refere-se aos sentidos que se fazem presentes no modo como o sujeito significa os objetos simbólicos. “Os sentidos construídos historicamente são convocados nas novas formulações e têm um efeito sobre o discurso que está sendo construído no agora. É o sujeito quem recorta dizeres do interdiscurso para constituir o que, à primeira vista, parece um discurso de sua autoria” (SCHWAAB, 2011, p. 73).

Como explica Orlandi (2012), tudo o que já foi dito sobre determinado tema, em tempos e lugares diferentes, afeta o processo de significação. Assim, a “[...] memória, em Análise do Discurso, não é entendida como memória individual, mas como um tecido social” (INDURSKY, 2003, p. 103 e 104). Essa dinâmica, presente no processo de produção de sentidos, não é algo sobre o qual o sujeito tem “acesso ou controle”: o já-dito reverbera no discurso do indivíduo, mas ele não apreende a presença desse alicerce discursivo que se materializa na sua fala. Brandão (2004, p. 99) sintetiza de que forma a memória discursiva pode ser entendida: ela “[...] separa e elege dentre os elementos constituídos numa determinada contingência histórica, aquilo que, numa outra conjuntura dada, pode emergir e ser atualizado, rejeitando o que não deve ser trazido à tona”.

Diante da natureza da memória discursiva, Orlandi (2012) a concebe como a dimensão do interdiscurso, que “[...] é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente” (ORLANDI, 2012, p. 31). A autora constrói a sua reflexão sobre interdiscurso com base na relação com o intradiscurso. Enquanto o primeiro refere-se ao já-dito, o segundo está relacionado ao eixo da “atualidade”. Isto é, o intradiscurso está associado à instância da formulação: o que se diz em um momento específico, determinado por condições particulares.

Indursky (2003) propõe o entendimento do interdiscurso e do intradiscurso como dimensões pelas quais a estrutura de um enunciado pode ser analisada. O interdiscurso, dimensão vertical, está relacionado à capacidade de os enunciados serem repetidos: o já-dito que reverbera na fala do sujeito encontra-se inscrito em uma estrutura vertical (FD ou

interdiscurso). Já a estrutura horizontal abriga o intradiscurso, em que está presente o processo de individuação do dizer.

Por outro lado, os saberes mobilizados pelo sujeito, em seu discurso, passam também a existir no interior de uma *estrutura horizontal* que corresponde ao intradiscurso, onde se encontra a formulação do sujeito, que consiste na forma que o enunciado tomou em seu discurso, após passar pelo processo de apropriação e sintagmatização. (INDURSKY, 2003, p. 103).

Por fim, Indursky (2003, p. 103) sintetiza o modo com as dimensões vertical e horizontal atuam na formação da estrutura de um discurso: “[...] a estrutura vertical sinaliza a existência anterior do enunciado, enquanto a formulação indica uma forma atualizada do referido enunciado”. Nesse sentido, a memória discursiva se coloca como a estrutura vertical – o “alicerce” – pelo qual se configura o processo de produção de sentidos.

Ao se pensar nas discussões que permeiam este trabalho, a noção de memória discursiva alicerçará a investigação a respeito de como o interdiscurso está presente na fala dos usuários e da empresa. Sendo assim, será preciso refletir sobre o modo como o já-dito acerca da Samarco – como empresa séria, exploradora, etc. – e da atividade mineradora reverbera no discurso dos sujeitos. No entanto, para empreender essa tarefa, será necessário analisar o papel desempenhado pela Samarco e pela atividade mineradora em Mariana com vistas a embasar o estudo da produção de sentidos na *fanpage* e, de modo específico, da dimensão da memória discursiva.

### 3.5.1 O papel da atividade mineradora em Mariana-MG

Fundada em 16 de julho de 1696 (século XVII), Mariana<sup>86</sup>, “a primaz de Minas”, foi a primeira vila e a primeira capital do estado de Minas Gerais. A cidade nasceu às margens do Ribeirão Nossa Senhora do Carmo, ainda como um arraial. Posteriormente, transformou-se em uma vila e, em 1711, por ordem de Dom João V, rei de Portugal, foi elevada à condição de cidade<sup>87</sup>.

A mineração<sup>88</sup> ocupa um papel central no passado e no presente do município, localizado no Quadrilátero Ferrífero<sup>89</sup>. Juntamente a essa atividade, Júnior (2005) destaca a

<sup>86</sup> O nome “Mariana” é uma homenagem à rainha Maria Ana D’Austria, esposa de Dom João V, este último o responsável pela elevação da vila à cidade.

<sup>87</sup> Disponível em: <<http://www.pmmariana.com.br/historico>>. Acesso em: 8 out. 2016.

<sup>88</sup> Sobre a relação entre a formação da cidade e a mineração, consultar Júnior (2005).

religiosidade como caracterizante da história marianense: “[...] Mariana vai ter sua história marcada por dois elementos fundamentais: as jazidas minerais e a sua religião, elementos que parecem fundir-se e confundir-se na memória social local” (JÚNIOR, 2005, p. 180). A relação entre a mineração e a religiosidade pode ser percebida nas igrejas barrocas da cidade que revelam, em sua arquitetura e obras artísticas, a riqueza da época áurea do ouro.

Nesse período – quando o Brasil ainda era colônia portuguesa –, a mineração voltada para a extração do ouro fomentou a formação de Mariana que “[...] era uma das principais fornecedoras de ouro para Portugal, se mantendo nessa condição por mais de um século. A grande concentração aurífera nestas terras acabou atraindo muitos mineradores, favorecendo sua ocupação” (DIAS, 2015, p. 27). No entanto, segundo Júnior (2005, p. 181), após o auge da idade aurífera, no século XVIII, os moradores da cidade vivenciaram “os tempos sombrios de sua decadência no século XIX”, o que levou a uma evasão de boa parte da população no período. No século XX, surgiu outro “ciclo mineral” (JÚNIOR, 2005): a extração do minério de ferro que permanece como principal atividade econômica do município até os dias atuais.

Júnior (2005) explica que as primeiras mineradoras chegaram à cidade a partir da década de 1960. Com elas, instaurou-se um processo de urbanização e um aumento significativo da população local: de menos de sete mil habitantes – nos anos 1960 – para mais de 35 mil no final do século XX (JÚNIOR, 2005). De acordo com o autor, a vinda dessas empresas foi motivada “[...] pelas reservas minerais e pelos gordos incentivos fiscais oferecidos pelo ímpeto desenvolvimentista ditatorial [...]” (JÚNIOR, 2005, p. 184).

A inserção das mineradoras e a consequente profusão populacional ocorrida no período se configuraram como uma nova oportunidade de crescimento para a cidade. A extração do minério de ferro, assim, passou a significar a possibilidade de Mariana voltar a ocupar um papel importante no cenário nacional, assim como na época do Brasil Colônia.

Com o olhar voltado para o passado a cidade espera o retorno dos gloriosos tempos, em que voltará a ser a principal cidade de Minas Gerais. Tal como o anjo da história descrito por Benjamim (1985), Mariana segue seu caminho, arrastada para o futuro pelos ventos do progresso e com a face voltada para um (suposto) passado de glórias (JÚNIOR, 2005, p. 185).

As mineradoras também provocaram um (re)arranjo social, com a presença dos “forasteiros” na cidade, em busca de oportunidades de trabalho nas mineradoras. “As

---

<sup>89</sup> “O Quadrilátero Ferrífero (QF) é a maior província de minério do Brasil. Localizado na área central do estado de Minas Gerais, abrange uma área de aproximadamente 7.000 Km<sup>2</sup>, inserida em uma região de terras altas no centro de Minas Gerais” (MENDES, 2015, p. 54).

companhias mineradoras trazem consigo muito mais que operários e suas famílias, trazem novas idéias, novas visões, novos problemas sociais, que logo vão contrastar com o jeito de viver e as idéias da população estabelecida na cidade” (JÚNIOR, 2005, p. 188).

A influência da mineração na composição social de Mariana revela a sua importância para a história da cidade. A atividade ainda exerce um significativo papel no município, que possui atualmente cerca de 60.000 habitantes e uma economia baseada na mineração e no turismo<sup>90</sup>. Ela é a principal responsável pela geração de empregos e, conseqüentemente, pela arrecadação de impostos pela Prefeitura Municipal<sup>91</sup>, e os assuntos relacionados à atividade mineradora estão presentes na rotina dos marianenses.

Pela manhã, trabalhadores uniformizados esperam nos pontos de ônibus da cidade o transporte para o local de trabalho, as “minas”. As principais, “Mina de Germano”, da Samarco, e “Mina de Alegria”, da Vale, ficam a cerca de 18km e 31km de distância do centro histórico de Mariana, respectivamente. Os uniformes de cada empresa são reconhecidos pela população local – o verde da Vale e o cinza da Samarco. O dia a dia dos funcionários das mineradoras também é algo compartilhado pelos moradores e faz parte da fala das pessoas que cresceram com a presença das mineradoras e de seus trabalhadores. Como exemplo, é possível citar o uso, por parte da população, da expressão “zero hora” para fazer referência à jornada de trabalho dessas empresas que se inicia à meia-noite.

A relação da cidade com a mineração fundamenta-se, entre outras questões, no papel da atividade em termos de geração de emprego e renda no município. Até a ruptura da barragem de Fundão, a Samarco empregava cerca de 3 mil trabalhadores diretos e 3,5 mil terceirizados, de acordo com dados do Relatório “Vale de Lama”, da Justiça Global (ANDRADE *et al.*, 2016). A empresa, fundada em 1977<sup>92</sup>, é controlada em partes iguais por duas acionistas: a anglo-australiana BHP Billiton e a Vale S.A.<sup>93</sup>.

---

<sup>90</sup> Cerca de 80% do que a cidade arrecada advém da mineração, seja em impostos diretos, indiretos ou por meio de estímulos à economia local, gerados pela contratação de mão de obra e de empresas (ASSESSORIA..., 2016). Já o Turismo representa uma média de 20% a 30% da arrecadação municipal, de acordo com o secretário interino de Cultura e Turismo de Mariana, José Luiz Papa (informação verbal).

<sup>91</sup> França (2015) reflete sobre o paradoxo inerente à exploração mineral, uma vez que ela traz impactos nocivos ao meio ambiente e às comunidades locais e “[...] se opõe frontalmente, então, com valores caros atualmente, relacionados aos direitos humanos e à preservação do meio ambiente” (FRANÇA, 2015, s/p). Mas, ao mesmo tempo, gera riquezas e postos de trabalho, o que, conseqüentemente, eleva a arrecadação de impostos nos locais em que ela se instala. Análise disponível no site do GrisLab (Laboratório de Análise de Acontecimentos), da UFMG. Disponível em: <<http://grislab.com.br/desastre-socioambiental/dossie-mariana-o-alto-preco-da-fatura/>>. Acesso em: 6 jan. 2016.

<sup>92</sup> Lage (2003) conta que a Samarco foi fundada por meio de uma *joint venture*<sup>92</sup> entre a Samitri e a empresa peruana Marcona – controlada pela norte-americana Utah Internacional. Ainda de acordo com a autora, após sete anos da fundação da Samarco, em 1984, a australiana BHP Billiton comprou a Utah Internacional. Assim, o controle da empresa ficou dividido entre a Samitri, com 51% do capital, e a BHP, com 49%. No ano de 2000, a Vale S.A., à época “Companhia Vale do Rio Doce”, adquiriu o controle da Samitri. Mais tarde, a Samitri vendeu

O principal produto fabricado pela Samarco são pelotas de minério de ferro que, após o final do processo, são comercializadas para a indústria siderúrgica mundial em 19 países localizados nas Américas, Oriente Médio, Ásia e Europa (ANDRADE *et al.*, 2016). A mineradora atua em Mariana e Ouro Preto, Minas Gerais, onde se localiza a unidade de Germano e também no município de Anchieta, no Espírito Santo (unidade de Ubu). Como explica Lage (2003), as duas unidades industriais da empresa estão ligadas por um mineroduto com 396,4 km de extensão que possui capacidade para transportar 14 milhões de toneladas de minério por ano.

No que tange aos princípios que norteiam as suas atividades, a empresa apresenta, como valores institucionais, o respeito às pessoas, a integridade e a mobilização para resultados. Sua missão é “Produzir e fornecer pelotas de minério de ferro, aplicando tecnologia de forma intensiva para otimizar o uso de recursos naturais e gerando desenvolvimento econômico e social, com respeito ao meio ambiente”<sup>94</sup>. Esse posicionamento, até a ruptura da barragem de Fundão, era respaldado pelo reconhecimento do trabalho desenvolvido pela empresa.

A Samarco é uma das empresas líderes, no território nacional, no que se refere à implantação de políticas de responsabilidade social. A empresa foi a primeira mineradora do mundo a ter a certificação ISO 14001 (área de gestão ambiental) para todas as suas etapas de produção (ANDRADE *et al.*, 2016). Além disso, em 2015, a Samarco foi eleita pela quinta vez, pela Revista Exame<sup>95</sup>, como a Melhor Mineradora do Brasil. Sendo assim, a empresa buscava alinhar os seus valores a uma prática baseada no compromisso com as questões ambientais e sociais.

A Samarco acredita e pratica a mineração responsável, por meio de seus pilares de gestão: Excelência, para fazer sempre mais e melhor; Crescimento, visando gerar e compartilhar valor com solidez e competência; e Conformidade, para nos manter sempre em sintonia com as diretrizes, normas e leis. Temos em nosso DNA a participação no desenvolvimento das comunidades vizinhas, a construção de relação de confiança com nossos parceiros, e, acima de tudo, o respeito à vida. Esses conceitos sintetizam os objetivos traçados em nossa Missão, Visão e Valores

---

1% de suas ações à BHP, o que levou à composição societária que se mantém até os dias atuais, com a BHP Billiton e a Vale S.A. como acionistas iguais da Samarco.

<sup>93</sup> Informação extraída do Relatório da Administração e Demonstrações da Samarco - 2014. Disponível em: <<http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2015/11/Relatorio-da-Administra-o-e-Demonstra-es-Financeiras-20141.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2016.

<sup>94</sup> Informação extraída do site da Samarco. Disponível em: <<http://www.samarco.com/institucional/a-empresa/>>. Acesso em: 6 jan. 2016.

<sup>95</sup> Informação disponível no site da revista Brasil Mineral. Disponível em: <<http://www.brasilmineral.com.br/noticias/samarco-pela-quinta-vez-ganha-%E2%80%9Cmelhores-e-maiores%E2%80%9D-da-exame>>. Acesso em: 23 jan. 2016.

organizacionais, garantindo que o desenvolvimento da Samarco se reflita também nas regiões onde atuamos e com os públicos com os quais nos relacionamos<sup>96</sup>.

Ao se pensar no histórico da Samarco, é possível associar a esses apontamentos o ambiente organizacional favorável da empresa. Conforme identificado por Oliveira (2002), em pesquisa realizada na mineradora, o aspecto mais valorizado pelos trabalhadores operacionais, naquele contexto, era a oportunidade de crescimento pessoal e profissional oferecida. Além disso, a autora encontrou “uma abertura da organização para com os trabalhadores” (OLIVEIRA, 2002, p. 115) ancorada ao espaço e à liberdade para os funcionários explicitarem o seu posicionamento. Nesse sentido, os trabalhadores do nível técnico-operacional destacavam, como qualidade da Samarco, a sua “visão de futuro”<sup>97</sup>.

A existência de planejamento foi citada como fator de segurança para o trabalhador, porque possibilita-lhe participar dos acontecimentos e ainda projetar seu futuro. Além disso, o trabalhador percebe que a organização está em movimento, em desenvolvimento e acompanhado as mudanças. Eles afirmam ser constantemente informados sobre as tendências do mercado em que a organização atua (OLIVEIRA, 2002, p. 103).

Ainda sobre o ambiente organizacional da empresa, o gerenciamento da comunicação, com a divulgação de informações com uso de diferentes formatos, também estava relacionado à satisfação dos funcionários – que reconheciam a importância desse trabalho (OLIVEIRA, 2002). Essas e outras questões corroboravam para um sentimento de orgulho pela Samarco, identificado por Oliveira (2002) e reiterado por Lage (2003).

A história da Samarco de empresa envolvida com a inovação desde o seu nascimento, quando decidiu explorar um minério de ferro pobre e rejeitado pelas outras mineradoras, está bastante enraizada na memória de seus empregados que se orgulham desse passado de ousadia e inovação [...] (LAGE, 2003, p. 73).

Tal orgulho era respaldado pelo reconhecimento do trabalho realizado pela mineradora. A Samarco foi eleita nove vezes – a última em 2015 – como uma das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, de acordo com o guia “Melhores Empresas para Você Trabalhar”, publicado pela revista *Você S/A*, da Editora Abril<sup>98</sup>. Assim, apesar dos

<sup>96</sup> Citação retirada do site da Samarco. Disponível em: <<http://www.samarco.com/institucional/a-empresa/>>. Acesso em: 13 out. 2016.

<sup>97</sup> Tais apontamentos são feitos em referência à Samarco e também à Alcan, empresas em que a pesquisa (doutorado) foi desenvolvida.

<sup>98</sup> Importante ressaltar que, em 2016, a empresa não aparece no guia. Disponível em: <<http://www.ouropreto.com.br/noticia/568/samarco-e-eleita-uma-das-150-melhores-empresas-para-se-trabalhar-no-brasil>>. Acesso em: 13 out. 2016.  
Disponível em: <[http://vocesa.uol.com.br/noticias/carreira/as-150-melhores-empresas-para-voce-trabalhar-2015.phtml#.WAAwq8nL\\_oo](http://vocesa.uol.com.br/noticias/carreira/as-150-melhores-empresas-para-voce-trabalhar-2015.phtml#.WAAwq8nL_oo)>. Acesso em: 13 out. 2016.

riscos inerentes à atividade mineradora, os trabalhadores vislumbravam nos postos de trabalho uma possibilidade de estabilidade profissional: muitos atuavam nas mineradoras por vários anos e se aposentavam nessas empresas. No entanto, esse cenário sofreu alterações devido às mudanças no mercado mundial da mineração a partir de 2014.

De acordo com Mendes (2015), a queda no preço da tonelada do minério de ferro – especialmente no período entre o final do ano de 2014 e o início de 2015 – foi ocasionada pelo “descompasso” entre a demanda e a oferta do produto. Essa conjuntura econômica afetou o mercado da mineração também no Brasil, o que levou ao rompimento de contratos com empresas prestadoras de serviços e às demissões de trabalhadores da mineração em Ouro Preto e Mariana (MENDES, 2015). Esse quadro afetou diretamente a arrecadação do município de Mariana oriunda da atividade mineradora.

A arrecadação com a exploração do minério de ferro em Mariana, especialmente pelas gigantes Vale e Samarco, gerava arrecadação média em 2013 no valor de R\$ 6,5 milhões de reais por mês. Em 2014, esta arrecadação - devido a cenários macroeconômicos da época - caiu para o nível de R\$ 5,5 milhões em média por mês. Essa queda na arrecadação com a CFEM se intensifica já na segunda metade do ano de 2014, chegando a níveis de R\$ 4,5 milhões. Não diferente, o ano de 2015 se mantém em queda, ficando a arrecadação do 1º semestre na casa de R\$ 4 milhões/mês e do 2º semestre abaixo de R\$ 4 milhões/mês, em decorrência de uma crise econômica e política que se instalava no Brasil (ASSESSORIA..., 2016<sup>99</sup>).

Com a ruptura da barragem de Fundão, a situação se agravou. A Samarco suspendeu suas atividades e, como consequência, a Vale teve sua exploração mineral em Mariana reduzida em torno de 60% (ASSESSORIA..., 2016). Diante disso, a Samarco concedeu licenças remuneradas, férias coletivas e dois períodos de suspensão temporária do contrato de trabalho (*lay-off*)<sup>100</sup>.

Em junho de 2016, a empresa iniciou o Plano de Demissão Voluntária (PDV) e, posteriormente, o Plano de Demissão Involuntária (PDI). De acordo com dados<sup>101</sup> do Sindicato Metabase Mariana (Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Extração de Ferro e Metais Básicos de Mariana), responsável pelo acordo coletivo em Mariana e Matipó, em Minas Gerais, 435 trabalhadores aderiram ao PDV e 94 funcionários foram incluídos no PDI.

---

Disponível em: <[http://vocesa.uol.com.br/noticias/mercado/as-150-melhores-empresas-para-voce-trabalhar-2016.phtml#.WAxMcnL\\_oo](http://vocesa.uol.com.br/noticias/mercado/as-150-melhores-empresas-para-voce-trabalhar-2016.phtml#.WAxMcnL_oo)>. Acesso em: 13 out. 2016.

<sup>99</sup> Informações fornecidas, por e-mail, pela Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Mariana no dia 13 de dezembro de 2016.

<sup>100</sup> Disponível em: <<http://www.samarco.com/samarco-esclarece/>>. Acesso em: 15 out. 2016.

<sup>101</sup> Dados fornecidos pela Diretoria do Sindicato Metabase Mariana, em 16/03/2016. Até a data de fechamento deste trabalho, a Samarco não encaminhou os dados relacionados ao PDV e ao PDI da Unidade de Ubu, no Espírito Santo.

Essas ações já geraram impactos nos índices de desemprego de Mariana. De acordo com dados da Assessoria de Comunicação da Prefeitura, de dezembro de 2016, são 13 mil trabalhadores desempregados, o que representa cerca de 25% da população. “De acordo com o SINE de Mariana, 70% desse número tem relação direta com a paralisação da Samarco. A empresa possuía muitas empresas terceirizadas que tiveram seus contratos suspensos, estas foram obrigadas a demitirem seus trabalhadores” (ASSESSORIA..., 2016).

Essa conjuntura impacta diretamente na arrecadação de impostos gerada pela atividade mineradora. Conforme informações fornecidas pela Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Mariana, cerca de 80% do que a cidade arrecada advém da mineração, seja em impostos diretos (ISSQN<sup>102</sup> e CFEM<sup>103</sup>), indiretos (ICMS<sup>104</sup>), e o fomento à economia local constituído pela contratação de pessoas e de empresas na cidade. No tocante à CFEM, os *royalties* da mineração, até o segundo semestre de 2015, Mariana ocupava o segundo lugar entre os municípios com maior arrecadação<sup>105</sup>, de acordo com dados do Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM).

No entanto, como é possível observar no Gráfico 1, desde a ruptura da barragem de Fundão, ocorrida em novembro de 2015, esse quadro se alterou. O impacto financeiro se revelou a partir do mês de fevereiro de 2016. A arrecadação oriunda da CFEM caiu de R\$5,98 milhões, em janeiro de 2016, para R\$2,04 milhões em fevereiro do mesmo ano. “[...] vimos que somente com a CFEM, saímos nos últimos três anos, de uma média mensal de R\$ 6,5 milhões para valores abaixo de R\$ 800 mil reais nos 06 primeiros meses de 2016. No último mês (setembro) a município teve uma arrecadação de R\$ 19 milhões” (ASSESSORIA..., 2016).

---

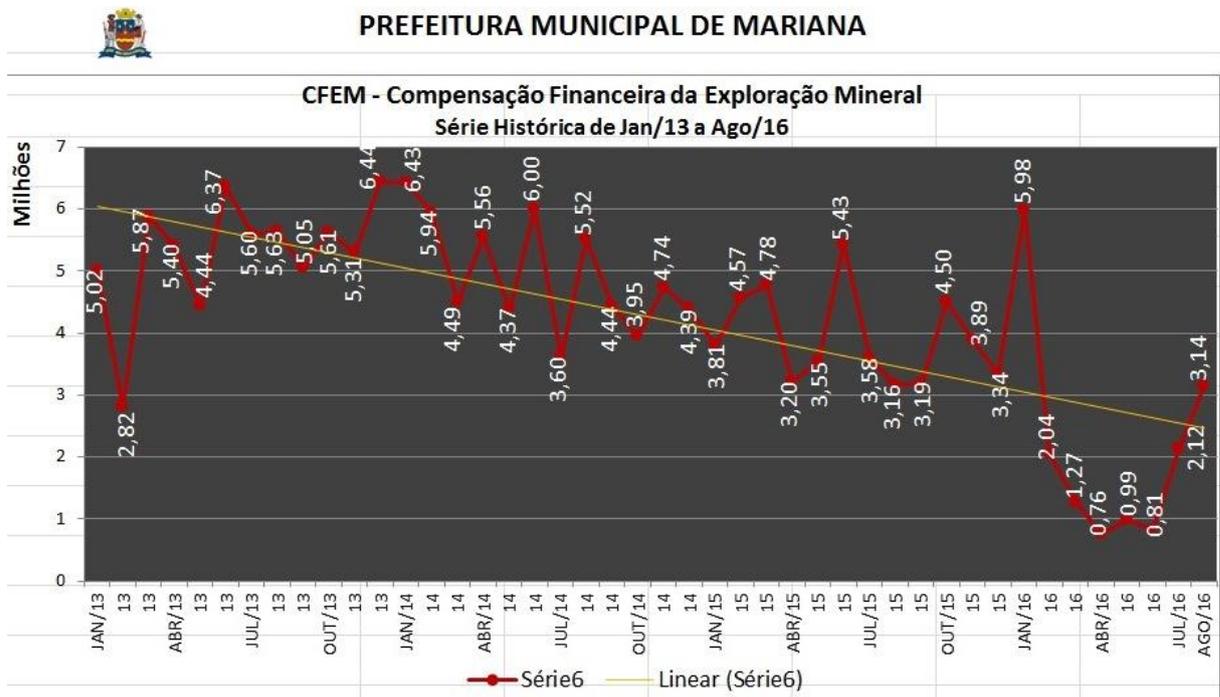
<sup>102</sup> Imposto sobre serviços de qualquer natureza.

<sup>103</sup> Compensação Financeira pela Exploração de Recursos Minerais.

<sup>104</sup> Imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços.

<sup>105</sup> “O *ranking* dos cinco municípios com maiores arrecadações da CFEM no 2º/2015 é composto por: Parauapebas-PA (13,3%), Mariana-MG (7,2%), Marabá-PA (4,7%), Nova Lima-MG (4,3%) e Congonhas-MG (4,1%). A soma das arrecadações desses cinco municípios corresponde a 33,6% de toda a CFEM do segundo semestre de 2015” (DNPM, 2016, p. 10).

Gráfico 1 – Gráfico da Prefeitura de Mariana sobre a evolução da CFEM 2013-2016



Diante desse cenário, é possível afirmar que a cidade vivencia uma “minério-dependência” (COELHO *apud* DIAS, 2015), “cujas implicações superam a economia, se estendendo para aspectos sociais e até mesmo culturais” (DIAS, 2015, p. 43).

Apesar de ser considerado um município com excelente arrecadação, pode-se afirmar que tem sobrevivido principalmente pela existência das empresas mineradoras ali instaladas, o que é preocupante e indica a sua vulnerabilidade econômica frente à atividade (DIAS, 2015, p. 48).

Nesse contexto, outras potencialidades do município precisam receber investimentos para que haja uma diversificação da economia local.

Neste caso, fica evidente a necessidade de se fomentar outras atividades que possam aproveitar as dotações naturais da região e as habilidades da população, a fim de que o desenvolvimento não dependa exclusivamente da mineração. É preciso que nas cidades mineradoras sejam implementadas políticas permanentes de diversificação econômica, o que lhes possibilitarão fontes alternativas de renda (DIAS, 2015, 61).

Na área do Turismo, como lembra Dias (2015), havia a proposta da criação de um circuito turístico chamado “Estrada Parque: Caminhos da Mineração<sup>106</sup>”, com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico dos distritos de Camargos e Santa Rita Durão e

<sup>106</sup> Informações disponíveis na Lei 2.855, de 15 de maio de 2014. Disponível em: <[http://camarademariana.mg.gov.br/uploads/camara\\_mariana\\_2014/camara/legislacao/2855-15-05-14-ok.pdf](http://camarademariana.mg.gov.br/uploads/camara_mariana_2014/camara/legislacao/2855-15-05-14-ok.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2016.

do subdistrito de Bento Rodrigues. A proposta foi sancionada pelo prefeito de Mariana, à época, Celso Cota Neto, por meio da Lei 2.855, de 15 de maio de 2014. No entanto, com a ruptura da barragem e a destruição de Bento Rodrigues e outras localidades da região, a ideia foi abandonada.

De acordo com o secretário interino de Cultura e Turismo de Mariana, José Luiz Papa<sup>107</sup>, a ruptura da barragem de Fundão também influenciou o gerenciamento do Turismo na cidade. Isso porque, devido à queda na arrecadação municipal, alguns projetos precisaram ser interrompidos. Segundo o secretário, será preciso readequá-los para “fazer um bom trabalho com pouco recurso”. Sendo assim, explica Papa, eventos como o “Natal de Luz”, que ocorre há quatro anos, o Carnaval e a Semana Santa serão planejados conforme o novo orçamento.

Existem outros projetos com vistas a garantir a sustentabilidade econômica do município, como a criação de um Distrito Industrial. De acordo com a Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Mariana (2016), o município já obteve o licenciamento ambiental do terreno para a construção do Distrito. O local fica próximo ao bairro marianense Morro Santana, na MG-129, e abrange uma área de 50 mil/m<sup>2</sup>. “Segundo o prefeito, o objetivo é buscar empresas e indústrias para Mariana, visando geração de empregos e o aquecimento da economia” (ASSESSORIA..., 2016). Uma audiência pública sobre a proposta, promovida pela Câmara Municipal de Mariana, foi realizada em 22 de junho de 2016<sup>108</sup>, e o projeto será enviado para a Câmara Técnica do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama).

Esses apontamentos sobre o papel que a Samarco e a atividade mineradora exercem em Mariana visam a auxiliar a análise da memória discursiva (inserida nos discursos inscritos na *fanpage*) de forma aprofundada. Isso porque a leitura deles se dará com base em um conhecimento sobre os processos sócio-históricos que levaram a mineração a ocupar o lugar que ela tem hoje na vida dos cidadãos marianenses. Sendo assim, as falas relacionadas a essa atividade e à Samarco poderão ser contextualizadas a partir da compreensão da “base do dizível” (ORLANDI, 2012) caracterizante desse discurso.

---

<sup>107</sup> Informações concedidas pelo secretário por telefone, no dia 13 de janeiro de 2016.

<sup>108</sup> Informações disponíveis no site da Câmara Municipal de Mariana. Disponível em: <<http://camarademariana.mg.gov.br/noticia/601/em-audiencia-publica-camara-discute-futuro-polo-industrial-para-mariana>>. Acesso em: 10 out. 2016.

### 3.6 Estratégias discursivas

Considerando as condições de produção e, conseqüentemente, a memória discursiva, também atuam nos processos de produção de sentido as estratégias discursivas. Charaudeau e Maingueneau (2008, p. 218) apontam que o termo “estratégia” “[...] vem da arte de conduzir as operações de um exército sobre um campo de ação [...], e, por isso, passou a designar uma parte da ciência militar ou um objeto de ensino [...]”. Com o passar do tempo, a acepção dada a esse conceito deslocou-se a um sentido mais amplo, representando as ações realizadas de modo coordenado para atingir um determinado objetivo.

Como pondera Charaudeau (2009b), o ato de comunicação não se determina previamente. Apesar de estar inscrito em uma troca linguageira estabelecida por um contrato de comunicação, o sujeito tem a possibilidade de “[...] manifestar um ato de individuação: na realização do ato de linguagem, pode escolher os modos de expressão que correspondam a seu próprio projeto de fala” (CHARAUDEAU, 2009b, p. 71). Este é o momento em que emergem as estratégias discursivas.

No campo da Análise do Discurso, as estratégias discursivas podem ser entendidas por meio de diferentes formas, de acordo com a perspectiva teórica adotada (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008). No entanto, apesar da diversidade de abordagens, é possível constituir algumas considerações que permeiam, de modo geral, essa noção-conceito:

(1) as estratégias dizem respeito ao modo como um sujeito (individual ou coletivo) é conduzido a escolher (de maneira consciente ou não) um certo número de operações linguageiras; (2) falar de estratégia só tem sentido se elas forem relacionadas a um quadro de coerções, quer se trate de regras, de normas ou de convenções; (3) há interesse em recuperar as condições emitidas pela psicologia social, a saber, que é preciso um *objetivo*, uma *situação de incerteza*, um *projeto de resolução do problema* colocado pela incerteza e um *cálculo* (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 219, grifos dos autores).

Diante da multiplicidade de estratégias discursivas, Charaudeau (2009a) propõe o entendimento de três instâncias<sup>109</sup> que apresentam diferentes condições para que a prática discursiva aconteça: as estratégias de legitimação, credibilidade e captação. As primeiras estão relacionadas à criação ou ao reforço da posição de legitimidade do enunciador. Nesse contexto, é necessário persuadir o interlocutor para que ele compreenda que a fala do sujeito está de acordo com a “[...] posição de autoridade que seu status lhe confere [...]”

<sup>109</sup> Segundo Charaudeau (2009c), apesar de configurarem-se como espaços distintos, os três tipos de estratégias discursivas não se excluem.

(CHARAUDEAU, 2009a, p. 7). Como explica Nogueira (2015, p. 70), é o sujeito enunciador “[...] quem constrói ou adquire uma posição de autoridade como locutor de enunciados legítimos e, para manter tal posição, precisa empregar recursos discursivos de legitimação para ser reconhecido por outros sujeitos”. Nesse contexto, como esclarece Charaudeau (2010), o sujeito falante pode reforçar a seriedade, o domínio sobre determinado tema, a experiência ou até mesmo sua filiação, a depender do contexto da produção do discurso.

Já as estratégias de credibilidade estão ligadas à necessidade de fazer com que o interlocutor acredite que o que é dito pelo sujeito é confiável. Para isso, de acordo com Charaudeau (2010, p. 10, grifo do autor), “Ele poderá então construir uma imagem de si, um *ethos*, de pessoa séria que raciocina com calma, é ponderada, sabe pesar os prós e contras, prova aquilo que diz, relata fatos comprovados etc. Assim, ele demonstra a todos o poder de persuasão de que é capaz”.

Nesse contexto, Charaudeau (2009c) traz à superfície outra dimensão, que pode ser relacionada às estratégias de credibilidade, e que se mostra pertinente para as discussões deste trabalho: o efeito de verdade. Como explica o autor, o efeito de verdade está relacionado à dimensão do “acreditar ser verdadeiro” e não à comprovação de uma verdade por meio de uma evidência, tal qual o valor de verdade. Sendo assim, o que leva a um efeito de verdade é a convicção de que aquilo que é dito deve ser entendido como verdade.

O efeito de verdade não existe, pois, fora de um dispositivo enunciativo de influência psicossocial, no qual cada um dos parceiros da troca verbal tenta fazer com que o outro dê sua adesão a seu universo de pensamento e de verdade. O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de “credibilidade”, isto é, aquilo que determina o “direito à palavra” dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida (CHARAUDEAU, 2009c, p. 49).

Os efeitos de verdade são alterados com base na existência ou não de um pedido prévio de informação, uma vez que a presença/ausência da solicitação institui a finalidade do ato informativo (CHARAUDEAU, 2009c). Nos casos em que a informação é requerida, o solicitante “[...] atribui ao informador em potencial um saber e uma competência: um *pedido para dizer* do primeiro que pressupõe um *poder dizer* do segundo e que, ao mesmo tempo, provoca um dizer deste último” (CHARAUDEAU, 2009c, p. 50, grifos do autor).

Já no caso em que a informação não foi solicitada, Charaudeau (2009c) apresenta duas possibilidades: quando o enunciador diz por iniciativa própria ou porque é obrigado. Essas duas configurações geram formas diferentes de se interpretar as intenções daquele que diz. Assim, de acordo com Charaudeau (2009c), na primeira hipótese, quando o informador se

manifesta por vontade própria, o sujeito que recebe a informação pergunta-se qual é o motivo que o leva a falar, “O que está por trás do que ele diz?”. Nesse contexto, o informado pode entender a fala sob uma perspectiva altruísta, em que o informador quer ajudá-lo ou pensar que ele age por algum interesse pessoal: “Ele estaria procurando se proteger, evitar um mal-entendido, procurar um aliado, conseguir um favor e fazer com que o outro se torne seu devedor” (CHARAUDEAU, 2009c, p. 51). Já se o informador fala porque é obrigado, o informado é levado a supor que, inicialmente, aquele tinha interesse em reter a informação mas, por diferentes motivos, como a cobrança de grupos de pressão, opta por falar.

Nas estratégias de captação, por sua vez, o sujeito enunciador busca uma adesão total ao que é dito por ele e em relação à sua própria pessoa (CHARAUDEAU, 2009a). Assim, segundo Charaudeau (2010, p. 10), ele pode acionar questões de cunho afetivo para provocar no interlocutor “moções emocionais [...] que o coloquem à sua mercê”. Para Nogueira (2015, p. 71), “[...] são aquelas que, utilizadas por um enunciador, visam a seduzir ou persuadir um interlocutor por meio de atitudes polêmicas ou dramáticas”. Ainda é importante pontuar que essas estratégias são usadas quando o sujeito não está em posição de autoridade uma vez que, nesse caso, ele o daria uma ordem.

A partir da apreensão dessa discussão, buscar-se-á identificar, no momento da análise, as estratégias discursivas utilizadas pela empresa e pelos usuários na disputa de sentidos. Com base nas condições de produção do discurso e na memória discursiva que alicerça os dizeres, será possível construir apontamentos sobre a função das estratégias na dinâmica discursiva segundo a perspectiva de Charaudeau (2009a): legitimação, credibilidade e/ou captação. Tal abordagem permitirá compreender quais “armas” os sujeitos utilizaram para alcançar seus objetivos na disputa de sentidos. Nesse viés, a reflexão sobre as estratégias discursivas mostra-se pertinente para a caracterização da disputa de sentidos configurada entre a empresa e os usuários e entre os próprios usuários na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão.

### **3.7 Contrato de comunicação**

As diferentes estratégias discursivas estão presentes na construção discursiva com base no entendimento do sujeito sobre as variáveis que compõem o processo discursivo. Essa análise do ambiente, que determina a adoção de uma ou outra estratégia, é feita por meio do contrato de comunicação, definido por Charaudeau (2009b) como “[...] um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira [...]”. Assim, de acordo com

Charaudeau e Maingueneau (2008), esse contrato oferece ao sujeito subsídios para compreender, em parte, as dinâmicas de um ato de comunicação, sem necessariamente ter acesso a todos os detalhes.

É que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (*identidade*), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (*finalidade*), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (*propósito*) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (*circunstâncias*) (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 132, grifos dos autores).

Para que as estratégias do discurso sejam delineadas, o sujeito precisa avaliar quais possibilidades de ações ele dispõe e as limitações que fazem parte da dinâmica discursiva. A partir daí, é possível definir as estratégias, considerando os objetivos que ele pretende atingir. Brandão (2004) afirma que o indivíduo realiza essas escolhas por meio das Formações Imaginárias (FI), representações que o destinador e o destinatário conferem a si mesmo e ao interlocutor e que influenciam a construção das estratégias discursivas. “Dessa forma, em todo processo discursivo, o emissor pode antecipar as representações do receptor e, de acordo com essa antevisão do ‘imaginário do outro’, fundar estratégias de discurso” (BRANDÃO, 2004, p. 44).

Assim não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos no discurso (ORLANDI, 2012, p. 40).

Por meio das Formações Imaginárias, delinea-se a posição que os atores sociais presentes na troca linguageira atribuem a si e ao outro (SCHWAAB, 2011). Schwaab (2011) afirma que a FI está relacionada à possibilidade de o sujeito se colocar na posição do interlocutor, assentado em seu próprio lugar, em uma “antecipação imaginária” que faz parte da dinâmica discursiva. Em consonância com Schwaab (2011), Orlandi (2012) explica que a antecipação diz respeito à capacidade de o sujeito enunciador se “colocar” no lugar do interlocutor e, com isso, construir a sua argumentação com base no efeito que ele imagina produzir durante o ato da comunicação.

Outras duas noções também “repousam” na Formação Imaginária: as “Relações de Sentidos” e as “Relações de Força” (ORLANDI, 2012). As Relações de Sentidos fazem menção ao entendimento de que todo discurso se constitui segundo a relação com outros discursos. Sendo assim, o discurso é definido como um “estado” de um processo extenso e

ininterrupto. A denominada “Relações de Força” refere-se ao lugar de fala do sujeito: “Segundo essa noção, podemos dizer que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 2012, p. 39). Dessa forma, como exemplifica Orlandi (2012), o fato de um sujeito dizer sob a posição de professor gera um processo de significação diferente do que ocorreria se assumisse a fala como um aluno.

No momento da análise, a noção de contrato de comunicação será apropriada com vistas a possibilitar a compreensão dos elementos da troca linguageira (CHARAUDEAU, 2009b) configurada entre a empresa – representada pela *fanpage* – e os usuários. Sendo assim, serão observados os traços identitários que influenciam o ato de comunicação (Condição de identidade) e a expectativa de sentido em que se fundamenta a troca linguageira, ou seja, o objetivo sobre o qual o ato de comunicação se organiza (Condição de finalidade). Além disso, será preciso atentar para o “universo de discurso dominante” ao qual a troca deve se referir: do que se trata o ato de comunicação? (Condição de propósito) e, finalmente, sobre o dispositivo que determina as “variantes de realização” no contexto de um contrato de comunicação, o ambiente em que se inscreve o ato de comunicação (Condição de dispositivo). Nesse viés, buscar-se-á compreender de que modo os sujeitos atuaram na disputa de sentidos conforme as possibilidades e as limitações constituintes da dinâmica discursiva.

### 3.8 Acontecimento discursivo

A abordagem da noção-conceito Acontecimento discursivo permite construir uma reflexão<sup>110</sup> sobre como o *rompimento* da barragem de Fundão de fato *rompeu* com os sentidos estabelecidos e possibilitou a emergência de novos dizeres possíveis. Para compreender como um fato pode tornar-se, por meio do processo de discursivação, um acontecimento discursivo, faz-se necessário apreender os aspectos que caracterizam essa noção.

Em “O Discurso: estrutura ou acontecimento<sup>111</sup>”, Pêcheux (2012) entende o discurso com base em duas dimensões: a estrutura e o acontecimento. Silva (2008) reflete

<sup>110</sup> Tal discussão é concebida por meio do enredamento entre o acontecimento discursivo e as noções apresentadas até aqui.

<sup>111</sup> No livro, Pêcheux (2012) constrói uma análise segundo a abordagem do enunciado “On a gagné” (“ganhamos”), usado em Paris na comemoração da vitória do presidente François Mitterrand. Como explica Rassi (2012), esse enunciado, até a vitória de Mitterrand, estava circunscrito à área esportiva. No entanto, com o acontecimento discursivo, ele começou a circular com “[...] um sentido diferente daquele em que ele existiria prototipicamente, ligado à prática esportiva” (RASSI, 2012, p. 46). Ao retomar a análise feita por Pêcheux, Gobatto (2015) explica porque o ocorrido se configurou como um acontecimento discursivo: “[...] o enunciado passou a incorporar sentidos até então inexistentes naquela formação social francesa, ou seja, passaram a representar a primeira vitória de um governo de esquerda na França” (GOBATTO, 2015, p. 3).

sobre a proposta de Pêcheux com base na relação entre a língua e a história no contexto dos processos de produção de sentidos. Isso porque o discurso não pode ser entendido apenas sob o viés da língua, como estrutura. Ele deve ser apreendido, também, como acontecimento, em que estão presentes aspectos extralinguísticos, como as condições de produção. Tal compreensão visa a abarcar as dimensões relacionadas às regularidades (a estrutura) e às rupturas (o acontecimento) que caracterizam o discurso.

Compreender o discurso como estrutura e acontecimento é trabalhar com a possibilidade de interpretação própria do dizer, de modo a observar os seus efeitos de sentido, que se produzem no jogo entre regularidades e rupturas. O batimento entre a repetição e a inovação, entre o mesmo e o diferente, é próprio da produção discursiva, que traz sempre consigo uma memória do dizer, enquanto interdiscurso, e uma atualidade (SILVA, Silmara, 2008, p. 20 e 21).

Os discursos se constituem nessa dinâmica que possibilita a estabilização dos sentidos e, ao mesmo tempo, o movimento de transfiguração – a depender do modo como a língua e a história se articulam no processo de produção de sentidos (ORLANDI, 2012).

Sujeitos, ao mesmo tempo, à língua e à história, ao estabilizado e ao irrealizado, os homens e os sentidos fazem seus percursos, mantêm a linha, se detêm junto às margens, ultrapassam limites, transbordam, refluem. No discurso, no movimento simbólico, que não se fecha e que tem na língua e na história sua materialidade (ORLANDI, 2012, p. 53).

No momento em que os sentidos “transbordam” e rompem com a linearidade, constitui-se o acontecimento discursivo que “[...] se dá quando novos sentidos se instauram em *condições de produção específicas*” (GOBATTO, 2015, p. 3, grifos nossos). Novos dizeres possíveis passam a fazer parte do processo de produção de sentidos – que se configura em um tempo e um espaço peculiares, caracterizantes das condições de produção do discurso. Cazarin e Rasia (2014, p. 203), com base nas ideias de Pêcheux, resumem essa compreensão: “[...] um acontecimento discursivo desestabiliza o que está posto e provoca um novo vir a ser [...]”.

Nesse sentido, como explicam Cazarin e Rasia (2014), Pêcheux compreende o acontecimento discursivo, concomitantemente, como “[...] uma interrupção e como uma emergência [...]”. A interrupção refere-se ao rompimento provocado pelo acontecimento discursivo na construção discursiva: a desestabilização dos sentidos inscritos no interdiscurso. Já a emergência está relacionada aos novos dizeres possíveis que se revelam com o acontecimento. Nesse viés, o acontecimento discursivo estabelece um “marco” segundo o qual uma nova gama de dizeres possíveis é capaz de emergir (FERREIRA, M., 2005 *apud*

SCHWAAB, 2011). Com o movimento de deslocamento dos sentidos, os enunciados podem se transfigurar.

[...] todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente). Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação (PÊCHEUX, 2012, p. 53).

A cadeia de novos dizeres possíveis, que emerge com o acontecimento discursivo, não apaga a uma memória discursiva – a “dimensão do interdiscurso” (ORLANDI, 2012). Como clarifica Indursky (2003), o acontecimento discursivo se configura como algo que irrompe a repetibilidade, instaurando novos sentidos, mas sem se desvencilhar do já-dito. Ele rompe com a “ordem do repetível”, mas tal deslocamento não leva “[...] ao ‘esquecimento’ do sentido-outro, que o precede [...]” (INDURSKY, 2003, p. 107). Nesse viés, como explica Indursky (2003, p. 108), o acontecimento provoca uma reorganização da memória discursiva: “Instituída a ruptura com o dizer memorial, abre-se um novo domínio de memória, em torno do qual outros dizeres irão inscrever-se, participando também de uma estrutura”.

Importante ressaltar que, como demonstram Charaudeau e Maingueneau (2008), o acontecimento discursivo surge a partir do momento em que uma situação histórica passa por um processo de discursivização acerca do ocorrido.

Em outros termos, o acontecimento discursivo não provém de um encadeamento causal, na medida em que nem toda situação histórica engendra obrigatoriamente um evento discursivo. O lugar discursivo do acontecimento decorre mais de uma *apresentação subjetiva* do que de uma representação *a priori* [...] (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 30, grifos dos autores).

Assim, nem todo acontecimento histórico<sup>112</sup> se torna um acontecimento discursivo. Como afirmam Cazarin & Razia (2014), o acontecimento discursivo possibilita a inscrição do acontecimento histórico no interdiscurso, a partir da discursivização do segundo. Nesse entremeio, constitui-se um processo de significação que possibilita a transfiguração do acontecimento histórico em acontecimento discursivo.

Deste modo, entendo que memória e silêncio se fazem presentes e antecedem a elaboração simbólica, marcando fortemente as relações entre a emoção e os

<sup>112</sup> Rassi (2012, p. 44) concebe o acontecimento histórico como um fato “[...] suficientemente significativo para ser relembrado ou ser registrado em livros, fazendo parte da história de um povo, de uma sociedade, uma comunidade, como reflexo da cultura”. A autora ressalta, porém, que o acontecimento histórico se configura seguindo uma seleção feita pelo historiador, que reconstrói o acontecimento histórico por meio do discurso.

indivíduos, entre o afeto e o político, demarcando claramente o intervalo que separa o acontecimento histórico do acontecimento discursivo, separação que precede a discursivização do acontecimento, a produção de sentidos. (INDURSKY, 2003, p. 113).

Com base nas discussões acerca dessa noção-conceito, será possível refletir sobre como a ruptura da barragem de Fundão desestabilizou a memória discursiva e ensejou a emergência de novos dizeres sobre aspectos relacionados à mineração. Nesse viés, os apontamentos sobre o modo como o processo de discursivação acerca do rompimento fez com que ele se transfigurasse em um acontecimento discursivo contribuirão para a caracterização da disputa de sentidos.

Após esse percurso teórico que abarcou discussões acerca do ambiente digital, da Comunicação Organizacional contemporânea e da Análise do Discurso, passa-se, agora, à etapa metodológica do trabalho.

## 4 METODOLOGIA

Este trabalho apresenta uma proposta metodológica ancorada na Análise do Discurso (AD), com o objetivo de investigar de que forma se deu a disputa de sentidos entre a Samarco e os usuários e entre os próprios usuários na *fanpage* da empresa no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. Além disso, como parte da metodologia, foi feita uma entrevista com a responsável pela gestão da *fanpage* da empresa a fim de compreender, em especial, as condições de produção em que o discurso institucional se constituiu. No entanto, antes de apresentar os procedimentos, é preciso delinear o *corpus* da análise.

### 4.1 Delimitação do *corpus*

Seguindo a pergunta motivadora desta pesquisa, a saber: “Como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão?”, o *corpus* foi definido com base na perspectiva de Orlandi (2012), na qual não se busca uma exaustão horizontal – uma completude – com relação ao objeto. Tal abordagem se alicerça no entendimento de que “[...] todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. Não há discurso fechado em si mesmo mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes” (ORLANDI, 2012, p. 62). Assim, a intenção foi desenvolver a investigação com base em um *corpus* definido por meio do entendimento das discussões caras à pesquisa: o que se procurou, na verdade, foi alcançar um aprofundamento com relação aos objetivos propostos para o trabalho e não sobre a totalidade do objeto.

Tal acepção aproxima-se da compreensão de Fragoso, Recuero e Amaral (2012), no contexto dos métodos de pesquisa para internet, sobre o desenvolvimento de pesquisas qualitativas, como é o caso deste trabalho. Nesse caso, busca-se uma apreensão “holística” do fenômeno, que possibilite uma análise detalhada do objeto. Dessa forma, na definição da amostra, o mais importante não é o número de elementos selecionados para análise, mas a forma como eles se mostram pertinentes para as questões centrais do estudo.

Com base nos tipos de amostra apresentadas pelas autoras, fez-se a escolha por desenvolver o trabalho a partir de uma amostra “Intencional”: “Amostras qualitativas cujos elementos são selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e método de observação e análise”

(FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p. 78). Sendo assim, para compreender como se configurou a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco, foram analisadas as postagens da empresa e os comentários referentes a tais publicações. Ainda em consonância com a pergunta-problema, as amostras foram definidas com base em um recorte temporal que vai do dia 5 de novembro de 2015 – data do rompimento – até 5 de dezembro de 2015, o que totaliza um mês.

Entre os subtipos da amostra Intencional apresentados por Fragoso, Recuero e Amaral (2012), optou-se pela definição dos elementos “por critério”, em que os componentes são determinados segundo uma “característica ou critério pré-definido”. No período considerado, foram realizadas 127 publicações pela Samarco e, por meio da análise dessas mensagens, foi possível propor uma categorização de três “tipos” de postagens<sup>113</sup>: “Institucional”, “Ações Assistenciais” e “Meio Ambiente/água”. Entre as publicações da mineradora, 29 relacionam-se ao posicionamento da empresa e à divulgação de informações institucionais acerca de diferentes temáticas associadas à ruptura (Institucional); 41 versam sobre as ações assistenciais prestadas aos atingidos; e 57 tratam de questões ambientais, com destaque para aquelas associadas à água – como o abastecimento das cidades atingidas.

Diante do grande número de postagens e com base no propósito de observar a relação entre os discursos da empresa e dos usuários, um dos critérios utilizados para a definição do *corpus* foi o número de comentários atribuídos a cada postagem. Além disso, conforme a pergunta motivadora desta pesquisa “Como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão?”, também era necessário considerar o momento em que a postagem foi publicada para que fosse possível abranger o período considerado para a investigação.

Com fundamento nesses critérios, foram analisadas as duas postagens mais comentadas (e os comentários correspondentes) no mês (entre os dias 5 de novembro e 5 de dezembro de 2015) e a postagem mais comentada na última semana do período (de 29 de novembro a 5 de dezembro de 2015), conforme Quadro 4. O objetivo foi proporcionar uma visão sobre o objeto que abrangesse o recorte temporal e possibilitasse a observação sobre como o distanciamento temporal entre o ocorrido e os sentidos sobre ele produzidos influenciou o processo de produção de sentidos. Com base nessa reflexão, apresenta-se abaixo a seleção do *corpus* da pesquisa e o número de comentários referentes a cada uma das publicações, o que totaliza 1.323 mensagens.

---

<sup>113</sup> O “tipo” de cada postagem foi definido por meio da observação da característica predominante da publicação, haja vista a complexidade das mensagens que podem abordar, ao mesmo tempo, diferentes temáticas.

Quadro 4 – Seleção do *corpus*<sup>114</sup>

Seleção do <i>corpus</i> <sup>115</sup>				
Texto da postagem	Tipo	Data/ Ordem na página	Número de comen- tários originais	Número total de comen- tários (incluindo comen- tários originais e respostas)
Comunicado oficial do diretor-presidente da Samarco sobre o acidente nas áreas das barragens localizadas nos municípios de Mariana e Ouro Preto (MG). (O comunicado é feito por meio de um vídeo).	Institucional	05/11/2015 2ª postagem/ vídeo	<b>362</b>	<b>616</b>
Por meio do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE), enviamos ao município de Governador Valadares (MG) mais de 2 milhões e 500 mil litros de água para ajudar no abastecimento dos moradores da cidade, além de 13 mil litros de água potável.  Todos os esforços necessários estão sendo feitos para ampliar a capacidade diária de abastecimento que, a partir de amanhã, passa a ser de 2 milhões e quatrocentos mil litros por dia.	Meio ambiente/ Água	12/11/2015 20ª postagem	<b>346</b>	<b>507</b>
Confira as ações assistenciais realizadas desde o primeiro momento:  115 famílias morando em casas alugadas 648 famílias com atendimento psicossocial 139 famílias alocadas em hotéis/pousadas	Ações assistenciais	04/12/2015 121ª postagem	<b>154</b>	<b>200</b>

Fonte: Elaboração própria.

<sup>114</sup> Para fins de operacionalização da análise, denomina-se como comentário “original” aquele que o usuário clica na opção “Comentar” de uma postagem. Já as respostas são aqueles comentários em que o sujeito seleciona a opção “Responder” a partir de outro comentário já existente em uma publicação. A seleção do *corpus* foi feita no dia 17 de abril de 2016, mas o número de comentários de cada publicação corresponde à coleta de dados realizada no período de 17 de janeiro de 2017 a 5 de fevereiro de 2017.

<sup>115</sup> *Links* para acesso às postagens e seus respectivos comentários:

1ª postagem (comunicado oficial – vídeo) – Disponível em: <[https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page_internal)>.

2ª postagem (envio de água para Governador Valadares) – Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1679320745618074/?type=3&theater>>.

3ª postagem (ações assistenciais) – Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>.

## 4.2 Etapas da pesquisa

### 4.2.1 Análise do discurso (AD)

Com base no *corpus* que compõe a pesquisa, a Análise do Discurso foi feita considerando a presença de dois tipos de atores na *fanpage* da Samarco no *Facebook*: a mineradora e os usuários. A empresa se apresenta como uma instância institucionalizada e representativa de uma coletividade formada por seus funcionários, investidores, entre outros. Já os usuários – cada um entendido como um ator na rede digital – também, de certo modo, correspondem a um conjunto formado por aqueles que curtiram a página da Samarco. No entanto, é preciso ressaltar que o fato de os usuários serem fãs de uma página não determina que compartilhem de uma mesma opinião: é por meio dos diferentes posicionamentos assumidos pelos atores sociais que emerge a disputa de sentidos.

No que se refere aos tipos de rede apresentadas por Recuero (2009)<sup>116</sup>, as emergentes foram aquelas que ofereceram mais subsídios para análise. Dessa forma, a pesquisa se concentrou em um tipo de rede caracterizada por uma dinâmica na qual é necessária a atuação do usuário para que ela se constitua, conforme discussão construída no tópico 1.1 (O *Facebook* sob a ótica do conceito de redes sociais na internet). Nesse sentido, foi possível observar como a Samarco e os usuários engendraram uma disputa de sentidos por meio das postagens da empresa e dos comentários de ambos. No entanto, durante a análise, não se negligenciou as questões observáveis nas redes de filiação ou associativas, relacionadas às lógicas de pertencimento e de conexão em uma rede social na internet.

Com base nessa compreensão, os discursos institucionais e os discursos dos usuários foram analisados a partir das noções-conceito da AD apresentadas no capítulo sobre o tema<sup>117</sup>. Em um primeiro momento, a dinâmica de publicação da Samarco em sua *fanpage* no primeiro mês a partir da ruptura da barragem de Fundão foi apresentada. Depois, cada uma das três postagens que compõem o *corpus* – e seus respectivos comentários – foram analisadas em profundidade por meio da observação das constâncias e discontinuidades do discurso.

---

<sup>116</sup> A conceituação referente às redes emergentes e de filiação oferecem, ao pesquisador, um embasamento para investigar, de forma aprofundada, os tipos de conexões que se formam em torno de uma plataforma de comunicação digital. Diante da proposta de pesquisa, essa questão não é objeto de investigação no trabalho, mas se coloca como um entendimento importante ao se pensar as redes, além de ser um aspecto pertinente para uma observação futura.

<sup>117</sup> Capítulo 3 – Reflexões teóricas como subsídios para a Análise do Discurso (AD).

#### 4.2.2 Entrevista

A entrevista com a profissional responsável pela gestão da *fanpage* da Samarco, Fernanda de Lima Ferreira<sup>118</sup>, possibilitou a coleta de informações a respeito das condições de produção do discurso da mineradora. Assim, o propósito era compreender o contexto no qual os discursos foram produzidos e, além disso, conhecer a forma de atuação da empresa no *Facebook*: as rotinas, as estratégias utilizadas, os profissionais envolvidos, etc. Ademais, buscou-se reconhecer variáveis sobre o processo de produção de sentidos que não podiam ser apreendidas somente pela análise do conteúdo disponível na página.

De acordo com os objetivos definidos, optou-se pela adoção da entrevista do tipo semiestruturada, que comporta a possibilidade de reorganização do planejamento inicial.

O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha “fugido” ao tema ou tenha dificuldades com ele. (BONI; QUARESMA, 2005, p. 75).

Além dessa característica, Boni e Quaresma (2005) lembram que a entrevista semiestruturada também possibilita uma abertura e proximidade maior entre entrevistador e entrevistado, o que permite a abordagem de assuntos mais complexos e/ou delicados.

Com base nessa perspectiva, a entrevista foi realizada por meio de um roteiro dividido em três momentos: no primeiro, “Dados Gerais do entrevistado”, abordou-se as questões relacionadas à trajetória profissional da entrevistada e o seu papel como comunicadora no âmbito da empresa. Em um segundo momento – “Comunicação Organizacional da Samarco: princípios e práticas” – discutiu-se a estrutura da empresa destinada à CO e a forma como a Samarco desenvolve ações nessa área. Finalmente, no terceiro momento da entrevista, “Produção de discursos na *fanpage* da Samarco”, objetivou-se investigar, de modo específico, as ações desenvolvidas pela Samarco em sua *fanpage* e as condições de produção em que o discurso institucional foi produzido<sup>119</sup>.

<sup>118</sup> Ver Apêndice 1, onde consta a transcrição completa da entrevista feita com Fernanda de Lima Ferreira, funcionária da Samarco responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da empresa no *Facebook*.

<sup>119</sup> Conferir Apêndice 1 – Transcrição da entrevista com a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda de Lima Ferreira.

### 4.3 Análise das postagens da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão

Antes de iniciar a análise das três postagens selecionadas e seus respectivos comentários, é preciso fazer alguns apontamentos sobre a dinâmica de publicação da Samarco no período de 5 de novembro a 5 de dezembro de 2015<sup>120</sup>. Primeiramente, é necessário caracterizar as condições de produção do discurso institucional. Para isso, parte-se da entrevista realizada com a jornalista responsável gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira<sup>121</sup>.

No recorte temporal considerado para esta pesquisa, o primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão, a Samarco vivenciava um momento crítico em que a imagem de mineradora séria e responsável socioambientalmente, construída ao longo dos anos, foi desestabilizada. Nesse contexto, a ruptura da barragem representa uma metáfora de um “rompimento de valores de uma empresa, de cultura empresarial, de todo um discurso que foi feito e que hoje não é mais” (FERREIRA, 2017).

Que empresa que é essa? Pós-rompimento de barragem. Que empresa que é essa? Uma empresa no mercado há 40 anos, produtora de pelota. Mas eu não posso ignorar que ela rompeu uma barragem, que 36.2 milhões de metros cúbicos de rejeito desceu o rio, que 19 pessoas morreram, mas que a empresa também atuou com senso de urgência, que os valores dela, que são inovação, foco em resultado, foram usados também para tentar remediar e minimizar a dor daquelas pessoas, que era muito grande. [...]. Quem era a Samarco? (FERREIRA, 2017)<sup>122</sup>.

Como conta Ferreira (2017), na época da ruptura, a mineradora tinha uma equipe de Comunicação e uma agência<sup>123</sup> “dimensionada para uma empresa que estava em operação”, para a rotina. “E de repente uma crise desse tamanho, você não estrutura (a equipe) da noite para o dia. Demora tempo. Esse processo é mais demorado, ele não vai na

<sup>120</sup> O período corresponde ao recorte temporal da pesquisa.

<sup>121</sup> FERREIRA, Fernanda de Lima, 2017, em entrevista concedida para a pesquisadora no dia 6 de fevereiro de 2017. A transcrição completa da entrevista encontra-se disponível no Apêndice 1 –Transcrição da entrevista com a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda de Lima Ferreira. Fernanda é formada em Comunicação Social – Jornalismo pela UFMG e possui duas pós-graduações *latu sensu* na área. A jornalista trabalha com Comunicação Organizacional há 19 anos e foi, por sete anos, gerente de comunicação da mineradora Anglo American. Ela iniciou suas atividades na Samarco no dia 9 de novembro de 2015 e, atualmente, é responsável pela área de Mídias Digitais.

<sup>122</sup> A responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, faz essa observação durante o relato sobre a dificuldade em se produzir um texto para o site institucional sobre “quem é a Samarco”.

<sup>123</sup> Com a ruptura, a agência que atendia a Samarco também mudou.

mesma velocidade da realidade, do fato, do acontecimento<sup>124</sup>”. Os funcionários trabalhavam até tarde – “a gente só tinha hora para chegar, não tinha hora para sair” – e em um ritmo intenso. Além disso, lembra Ferreira (2017), eles estavam impactados pela dimensão do ocorrido: havia um sentimento de negação entre os funcionários: “não, não é possível, não é com a Samarco”.

A Rosângela [gerente geral de Comunicação da Samarco] fala: “eu cheguei aqui e eu tinha uma equipe em luto, eu tinha uma empresa enlutada”. Ela falou que as pessoas trabalhavam muito com muito afinco, porque acreditam na empresa, mas estava todo mundo de luto. Porque a crença, os valores que sempre acreditavam tinham morrido, uma barragem tinha rompido. (FERREIRA, 2017).

A rotina de trabalho dos funcionários era organizada por uma “reunião de pauta” que acontecia diariamente. Toda a equipe de Comunicação, incluindo os fornecedores<sup>125</sup>, cerca de 40 profissionais, reunia-se em torno de uma grande mesa. No encontro, coordenado pela entrevistada, abordava-se o que havia ocorrido no dia anterior, a cobertura da imprensa e as projeções do que iria acontecer naquele dia. “Era a pauta do dia. Funcionava como se fosse uma grande redação e cada um com os seus processos. E a gente produzia nota como quem produzia pão” (FERREIRA, 2017). Todo o conteúdo era aprovado pelo Departamento Jurídico que, diante do momento crítico, disponibilizou um advogado para atuar junto aos profissionais da Comunicação, e também pelos acionistas. Assim como ocorre em uma redação de um jornal, surgiam demandas ao longo do dia que eram incluídas na pauta. Ao final, a equipe fazia um balanço das ações desenvolvidas e das pendências que ainda precisariam ser atendidas<sup>126</sup>.

Ferreira (2017) descreve que, na fase “aguda” da crise, o trabalho da equipe de Comunicação era determinado pelo caminho da lama e não se tinha conhecimento sobre a extensão do ocorrido. A barragem se rompeu no dia 5 de novembro e chegou ao mar 17 dias depois. “Boa parte do período do mês de novembro, a gente ficou acompanhando o impacto que ela vai provocar. Gente, vai chegar na foz amanhã, vai uma equipe de comunicação para lá agora. Mandava gente para lá, você vai acompanhar o caminho da lama” (FERREIRA, 2017). Naquele cenário, caracterizado por uma grande demanda de trabalho, não parecia

<sup>124</sup> Diante do rompimento, a empresa contratou cinco novos funcionários com experiência para reforçar a equipe. “[...] a Samarco foi ao mercado buscar gente que tinha condições e os ‘doidos’ que queriam, porque nem todo mundo quis vir [...]”.

<sup>125</sup> Ferreira (2017) conta que quatro agências trabalhavam em conjunto com a equipe de Comunicação da Samarco: uma de conteúdo, uma de publicidade, uma responsável pelas mídias sociais e pelo site e uma agência de assessoria de imprensa.

<sup>126</sup> De acordo com Ferreira (2017), essa reunião “de pauta” passou a ser semanal por volta de março/abril de 2016.

haver uma reflexão aprofundada sobre o modo como as ações de comunicação eram desenvolvidas:

No momento agudo da crise era: o que está saindo, o que repercutiu, que informação a gente vai passar para a sociedade. Era apagar o incêndio, não tinha jeito. Aconteceu isso, aconteceu aquilo. Nesse mês de novembro e dezembro, foi essa “punkêra”, até janeiro, mais ou menos<sup>127</sup> (FERREIRA, 2017).

O planejamento das ações de Comunicação era feito uma vez por mês, mas, se o cenário se alterava, ele era refeito. “No momento da crise, estou falando da Comunicação como um todo, o planejamento era feito, mas a realidade se sobrepunha” (FERREIRA, 2017).

No que se refere ao desenvolvimento das ações nas mídias digitais<sup>128</sup>, Ferreira (2017) lembra que a empresa tinha apenas 20 dias no *Facebook* quando aconteceu a ruptura da barragem. “Ela ainda estava aprendendo. E quando se rompeu, o mundo todo veio para as páginas da Samarco, para a *fanpage* dela” (FERREIRA, 2017). Naquele momento, a Vale, acionista da Samarco, “emprestou” o fornecedor dela, pois o contratado pela Samarco não estava conseguindo atender à demanda.

Os assuntos das postagens da Samarco eram definidos, no primeiro mês, com base em diferentes variáveis. A equipe considerava a demanda que vinha dos usuários e a necessidade de se falar sobre determinado tema naquele momento, o que também era influenciado pelo trajeto da lama.

A gente estava prevendo que a lama ia chegar em Governador Valadares, tínhamos que comunicar onde iríamos distribuir água, se ia faltar água, se não ia faltar. A gente tinha críticas nas redes sociais, então vamos falar desse assunto. Falar em relação ao que acontece de diálogo, de crítica, vamos fazer um *post* porque as pessoas estão falando muito disso aqui... Começamos a fazer mais planejadamente em 2016. No período de novembro e dezembro era o assunto que estava em voga, então a gente tem que falar disso (FERREIRA, 2017).

Ainda segundo a responsável pelo gerenciamento da *fanpage*, não havia uma reflexão sobre quais temáticas mais repercutiam entre os usuários, de modo positivo ou negativo. Somente quando a área de mídia digital começou a produzir um relatório semanal

<sup>127</sup> Como conta Ferreira (2017), as ações de comunicação começaram a ser desenvolvidas de forma mais planejada a partir de janeiro de 2016, dois meses após a ruptura da barragem de Fundão.

<sup>128</sup> A área de Mídias Digitais é responsável por todos os processos de comunicação da Samarco desenvolvidos no site e nas mídias sociais. A mineradora possui perfis ativos no *Facebook* e *Youtube* (que está fechado para comentários). A área trabalha em parceria com fornecedores, como as agências, que desenvolvem ações de comunicação e, inclusive, têm as senhas de acesso às plataformas da mineradora. A equipe, à época da ruptura, era formada pela responsável pela área, Fernanda Ferreira, e por uma técnica em comunicação que fazia o monitoramento das redes. Atualmente, Fernanda é a única funcionária de Mídias Digitais, mas, diante da demanda, a equipe deve ser reforçada.

para as “reuniões de pauta”, foi possível ter uma visão sobre os assuntos que tiveram mais impacto, as temáticas que receberam mais crítica, as dúvidas mais comuns, etc.

Ao analisar as ações de comunicação da Samarco, a jornalista Fernanda Ferreira traz à tona a falta de alinhamento entre o que a empresa dizia e o que as pessoas queriam ouvir naquele momento, diante da ruptura da barragem de Fundão. De acordo com ela, a mineradora estava preocupada em mostrar o trabalho realizado, o que está relacionado a um de seus valores: mobilização para resultados. “A empresa tinha uma ânsia tão grande de mostrar o que ela estava fazendo, que eles esqueciam, ‘gente, desculpa pelo que eu fiz’” (FERREIRA, 2017).

Ainda segundo a jornalista, quando a empresa se atentou para essa questão – o que aconteceu somente um ano após a ruptura –, todo o seu discurso se modificou. Ao invés de priorizar a prestação de contas do trabalho realizado, a mineradora passou a pedir desculpas e abordar os impactos que provocou: “Um ano após [o rompimento] que a empresa falou: ‘olha, e destruí casas’. Ela disse nos seus materiais, ela disse no seu site” (FERREIRA, 2017).

A Samarco está seguindo muito um discurso hoje de transparência, de assumir as responsabilidades, de humildade, de pedir desculpas, eu acho que a gente vai pedir desculpas por muito tempo. E isso não é apenas discurso, as pessoas aqui se sentem realmente responsáveis pelo o que aconteceu. A empresa quer voltar a operar, mesmo porque ela precisa pagar por todo esse impacto que ela está fazendo (FERREIRA, 2017).

Como representativo dessa mudança de posicionamento, no dia 5 de novembro de 2016, a empresa publicou um *post* de pedido de desculpas na *fanpage*, mas ele não foi bem recebido pelos usuários. “A gente apanhou e voltou todo o ‘vomitação’<sup>129</sup>. A crise voltou no dia 5 de novembro de 2016, foi uma enxurrada de novo. Imprensa, mídias sociais... Eu acho que todo ‘aniversário’ [do rompimento] vai ser assim” (FERREIRA, 2017).

Após esses apontamentos sobre as condições de produção do discurso institucional, parte-se para a abordagem da dinâmica de publicação da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. A *fanpage* da Samarco, que, atualmente, possui mais de 55 mil curtidas<sup>130</sup>, foi criada em outubro de 2015, um mês antes do rompimento. Durante todo o mês de outubro, a empresa fez apenas três postagens, já no período de 5 de novembro a 5 de dezembro de 2015, a Samarco publicou 127 vezes. Ou seja, a necessidade de

<sup>129</sup> O termo “vomitação” é utilizado quando vários usuários incluem os *emojis* de vômito  em uma postagem como forma de protesto/indignação.

<sup>130</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/?fref=ts>>. Acesso em: 24 fev. 2017.

abordar as questões relacionadas ao rompimento fez com que o número de publicações na página fosse aproximadamente 42 vezes maior do que no mês anterior. Conforme explicação dada anteriormente, a análise das postagens possibilitou categorizá-las em três “tipos”: Institucional, Ações Assistenciais e Meio ambiente/água. Com base nesse entendimento, é possível apresentar, a partir de agora, uma discussão sobre as categorias das publicações conforme a observação das expressões-chave que as caracterizam.

Quadro 5 – Expressões-chave - postagens do tipo Institucional

A Samarco informa
A mineradora está mobilizando todos os esforços necessários
Não é possível confirmar número de vítimas e desaparecidos
As barragens da Samarco
O rejeito é inerte
Comunicado oficial
Acidente
Plano Emergencial de barragens
A Samarco está atenta
Autoridades competentes
Operações da empresa
Intervenção preventiva
Estão circulando alguns boatos
Nota oficial
Comunicado conjunto
Coletiva de imprensa
Estruturas de barragem e de diques encontram-se estáveis
Diretor-presidente da empresa
Diálogo com a comunidade
As pontes de acesso estão sendo reconstruídas
Minimizar os impactos socioambientais
Laudo emitido
Análise dos sedimentos
Mapa de ações da Samarco
Monitoramento da pluma de turbidez <sup>131</sup>

Fonte: Elaboração própria.

Observando essas expressões-chave, é possível perceber que, nesse tipo de publicação, a Samarco assume um posicionamento mais formal e prioriza divulgação de informações institucionais e esclarecimentos acerca de diferentes temáticas associadas à ruptura. Nota-se uma preocupação em reforçar a imagem de uma mineradora séria e responsável, o que relaciona os discursos a uma memória discursiva “positiva” sobre a empresa.

<sup>131</sup> “A pluma é composta basicamente por água e partículas sólidas de óxidos de ferro e sílica (areia) ou quartzo, proveniente do processo de beneficiamento do minério de ferro. As partículas sólidas em suspensão deixam a água com aspecto turvo”. Disponível em: <[http://www.samarco.com/?cpt\\_perguntas=qual-a-composicao-da-pluma-de-turbidez](http://www.samarco.com/?cpt_perguntas=qual-a-composicao-da-pluma-de-turbidez)>. Acesso em: 27 fev. 2017.

A empresa informa e esclarece com base no reforço da sua posição de legitimidade, construída por meio do relevo dado à seriedade da empresa e ao domínio sobre um tema (a mineração), aspectos elencados por Charaudeau (2010) no contexto das estratégias de legitimação. Além disso, essas publicações apresentam uma característica mais formal, com a divulgação de comunicados, notas oficiais e coletivas de imprensa.

Na postagem abaixo (QUADRO 6), entendida como Institucional, a Samarco presta esclarecimentos sobre o que ela chama de “boatos” relacionados à instabilidade da barragem de Germano, localizada no mesmo complexo onde ocorreu a ruptura da barragem de Fundão. Ao denominar como “boatos” e não como informações, por exemplo, a Samarco (des)credibiliza o que está sendo dito por terceiros. Ademais, a mineradora reforça a sua posição de legitimidade como fornecedora de informações confiáveis, no contexto das condições de produção do discurso, ao “reitera(r)” que não há indício de abalo na estrutura.

Quadro 6 – Postagens da Samarco – boatos em redes sociais

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem <sup>132</sup>
16 <sup>133</sup>	11/11/2015	Estão circulando alguns <b>boatos</b> , especialmente nas redes sociais, a respeito da instabilidade da Barragem de Germano, em Mariana (MG). A Samarco <b>reitera</b> que todos os seus mecanismos de controle não apontam qualquer indício de abalo na estrutura.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Ao se pensar na Comunicação Organizacional praticada em ambiente digital, a postagem demonstra o acompanhamento da repercussão, pela empresa, da ruptura da barragem de Fundão nesse espaço midiático. Ademais, representa uma tentativa de gerenciamento do relacionamento com os usuários, do mesmo modo como as respostas dadas pela Samarco a eles nos comentários das postagens.

As postagens do tipo “Ações Assistenciais” funcionam como uma prestação de contas das ações da Samarco à sociedade. Nessa categoria, a mineradora busca construir uma imagem de empresa atuante e que trabalha em diferentes frentes de assistência aos atingidos, como é possível perceber pelas expressões-chave (QUADRO 7) que destacam as ações realizadas. Além disso, nesse tipo de publicação, a empresa privilegia a divulgação de ações

<sup>132</sup> As mensagens analisadas nesta pesquisa são de responsabilidade dos seus autores (empresa e/ou usuários) e não representam o posicionamento da pesquisadora.

<sup>133</sup> Essa numeração refere-se à ordem em que a postagem aparece na linha do tempo da Samarco. A contagem se inicia a partir da primeira postagem, publicada em 5 de novembro de 2015, e vai até o dia 5 de dezembro do mesmo ano.

quantificáveis e, para isso, utiliza o marcador “Números atualizados” em parte das publicações.

Quadro 7 – Expressões-chave - postagens do tipo Ações assistenciais

Agradecemos a ajuda da sociedade
Kits de emergência, lanches, garrafas de água
Números atualizados
Pessoas alocadas na rede hoteleira da região
Arrecadação de doativos
Plano de Ações Humanitárias
Defesa Civil, Corpo de Bombeiros e Secretaria de Assistência Social da Prefeitura de Mariana
Resgate de pessoas
Resgate de animais
Ações humanitárias
Atendimento à comunidade
Acomodação dos desabrigados em imóveis
Kits escolares
Limpeza e manutenção da cidade
Assistência necessária para a população
Segunda via de documentos pessoais
Agentes de saúde
Doenças endêmicas
Frentes de trabalho
Postos de atendimento para ouvir a população
Casas alugadas para as famílias afetadas
Apoio psicossocial
Auxílio financeiro

Fonte: Elaboração própria.

Na postagem a seguir, publicada no dia 6 de novembro de 2015, o uso da expressão “até o momento” dá relevo às condições de produção do discurso, pois ainda havia muito trabalho pela frente: “Comunicamos que, **até o momento**, 70 famílias - representando 253 pessoas - já foram alocadas em hotéis e pousadas da região pela Samarco [...]” (QUADRO 8). Essa expressão também evidencia a preocupação da empresa em manter as informações divulgadas na *fanpage* atualizadas, uma constância da produção do discurso institucional nesse primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. O auxílio prestado – com a disponibilização de helicópteros para resgate dos atingidos e para o provimento de itens básicos – também diz sobre as condições de produção daquele discurso, uma vez que aquelas eram as demandas para apoio imediato aos atingidos pela ruptura.

Quadro 8 – Postagens Samarco – Ações assistenciais

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
4	06/11/2016	<p>Comunicamos que, <b>até o momento</b>, <b>70</b> famílias - representando <b>253</b> pessoas - já foram alocadas em hotéis e pousadas da região pela Samarco e ressaltamos que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Há <b>sete</b> helicópteros disponíveis para o resgate.</li> <li>&gt; Já foram entregues <b>600</b> kits de emergência, compostos por colchão, lençóis, toalhas, cobertores e materiais de higiene pessoal.</li> <li>&gt; <b>3800</b> lanches e refeições foram disponibilizados.</li> <li>&gt; <b>10 mil</b> garrafas de água já foram entregues.</li> </ul> <p><b>Agradecemos a ajuda da sociedade e as manifestações de apoio que têm sido direcionadas aos atingidos pelo rompimento da Barragem de Fundão e Santarém<sup>134</sup>.</b></p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na publicação, a empresa também destaca a quantificação das informações, o que pode ser entendido – no contexto da construção discursiva analisada – como uma estratégia de credibilidade do discurso institucional, uma vez que contribui para o entendimento de que aquela informação é confiável. No último parágrafo da postagem, a Samarco agradece a ajuda da sociedade e as manifestações de apoio direcionadas aos atingidos diante do rompimento da barragem. Nesse sentido, a mineradora reforça a sua posição de legitimidade como aquela que pode dizer em nome daqueles sofreram as consequências da ruptura.

Nas postagens que abordam as questões relacionadas ao Meio ambiente/água, a Samarco apresenta as ações realizadas para minimizar os impactos ambientais gerados pela ruptura da barragem de Fundão. A empresa também faz a divulgação dos pontos de distribuição de água nos municípios cortados pelo rio Doce e que tiveram o fornecimento de água interrompido em virtude da presença da lama nas águas. Essas temáticas se fazem presentes nas expressões-chave que são representativas desse tipo de postagem, conforme Quadro 9:

<sup>134</sup> Naquele momento, a Samarco faz referência à ruptura de duas barragens, hipótese que, posteriormente, foi refutada com a confirmação do rompimento somente da barragem de Fundão.

Quadro 9 – Expressões-chave - postagens do tipo Meio ambiente/água

Avanço da mancha
Abastecimento
Litros de água
Caminhões-pipa
Água do Rio Doce
Pluma de turbidez
Resgate de peixes
Construção de poços artesianos
Preservação da fauna
Resgate de animais silvestres
Pontos atualizados de distribuição de água
Colatina (ES)
Governador Valadares (MG)
Monitoramento aéreo das margens
Recolhimento de ovos de tartaruga
Plano de recuperação ambiental
Informações atualizadas para hoje
É comum a água ter odor e coloração amarelada
Grupo de governança Bacia do Rio Doce

Fonte: Elaboração própria.

Assim como nas publicações que abordam as ações assistenciais, há uma preocupação em quantificar as ações por meio do número de caminhões-pipa enviados, litros de água fornecidos, etc., como é possível observar na postagem abaixo (QUADRO 10). A utilização de números funciona, ainda, como uma estratégia de credibilidade, com o intuito de fazer com que o interlocutor acredite que as informações são confiáveis.

Quadro 10 – Postagens Samarco – Meio ambiente/água

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
24	13/11/2015	Enviamos a Governador Valadares (MG), por meio do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE), mais de <b>4 milhões de litros</b> de água potável para ajudar no abastecimento da cidade. Outros <b>82 mil litros de água mineral</b> foram entregues à Polícia Militar, que está responsável pela distribuição. <b>Este trabalho continua até que seja possível normalizar o abastecimento de água do município.</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Após compreender os tipos de postagem que caracterizam as publicações da Samarco e a função que cumprem na página, é possível dar prosseguimento à reflexão acerca dos discursos da empresa observáveis no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. Como ponto de partida, utiliza-se a primeira postagem publicada pela mineradora sobre o rompimento, às 18h09min, do dia 5 de novembro de 2015 (QUADRO 11).

Quadro 11 – Postagens Samarco – 1ª publicação

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem	Tipo de publicação
1	05/11/2015	<p>A Samarco informa que houve um <b>acidente em sua barragem denominada Fundão, localizada na unidade de Germano, nos municípios de Ouro Preto e Mariana (MG)</b>.</p> <p>A organização está mobilizando <b>todos os esforços</b> para priorizar o atendimento às pessoas e a mitigação de danos ao meio ambiente.</p> <p>As <b>autoridades</b> foram devidamente informadas e as <b>equipes responsáveis</b> já estão no local prestando assistência.</p> <p><b>Não é possível, neste momento</b>, confirmar as causas e extensão do ocorrido, bem como a existência de vítimas.</p> <p>Por questão de segurança, a Samarco reitera a importância de que não haja deslocamentos de pessoas para o local do ocorrido, exceto as equipes envolvidas no atendimento de emergência.</p>	Institucional

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio do *post*, composto somente por texto, a Samarco comunica, de modo formal, a ruptura da barragem de Fundão. Em sua primeira referência ao ocorrido, a empresa denomina o fato como “acidente”, algo que se mantém ao longo da produção discursiva e que, como será discutido de forma aprofundada adiante<sup>135</sup>, leva – no contexto da produção de sentidos analisada – a um abrandamento da responsabilidade da mineradora pelo rompimento.

Já nessa primeira postagem, a Samarco afirma que “A organização está mobilizando **todos os esforços** para priorizar o atendimento às pessoas e a mitigação de danos ao meio ambiente”, postura que marca o discurso da empresa ao longo das publicações. A palavra “todos”, nesse contexto, remete à ideia de “totalidade”, “completude” e reforça a ideia de que a empresa está se dedicando de forma integral a esse trabalho. Nesse sentido, a Samarco busca demonstrar o seu “total” empenho nas ações desenvolvidas para minimizar os danos causados pela ruptura da barragem. Ao *dizer* sobre o que faz, a organização ressalta a *forma* como faz: ela realiza tudo o que está ao seu alcance. Esse modo de dizer se configura como uma constância observável no discurso institucional, conforme o Quadro 12.

<sup>135</sup> Tópico 4.4.1.5 - Os sentidos e as palavras.

Quadro 12 – Postagens Samarco – “todos os esforços”

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem (trecho)	Tipo de publicação
3	06/11/2015	A mineradora está mobilizando <b>todos os esforços necessários</b> para priorizar o atendimento e a integridade das pessoas que estavam trabalhando no local ou que residem próximas às Barragens, além das ações para conter os danos ambientais.	Institucional
20	12/11/2015	<b>Todos os esforços necessários</b> estão sendo feitos para ampliar a capacidade diária de abastecimento que, a partir de amanhã, passa a ser de 2 milhões e quatrocentos mil litros por dia.	Meio ambiente/água
41	16/11/2015	Em Barra Longa <b>todos os esforços</b> estão sendo feitos para a limpeza e manutenção da cidade, com o apoio de cerca de 300 profissionais, entre empregados da Samarco e de empresas terceirizadas.	Ações assistenciais

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Outro aspecto do discurso presente nessa primeira postagem<sup>136</sup> – e que se mantém ao longo das publicações nesse primeiro mês após a ruptura – é a menção às instituições públicas, empresas, organizações não-governamentais (ONG’s) e profissionais, entre outros, que trabalham em parceria com a Samarco. Assim, a mineradora apresenta aos leitores da *fanpage* os parceiros envolvidos no desenvolvimento de cada ação (QUADRO 13).

<sup>136</sup> Na primeira postagem feita pela empresa a partir da ruptura da barragem de Fundão, a Samarco faz menção às “autoridades” e às “equipes responsáveis”.

Quadro 13 – Postagens Samarco – parcerias

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem	Tipo de publicação
9	08/11/2015	Informamos que continuamos totalmente envolvidos na execução do Plano de Ações Humanitárias coordenado pela <b>Defesa Civil, Corpo de Bombeiros e Secretaria de Assistência Social da prefeitura de Mariana</b> .  Até o momento, mais de <b>300 profissionais</b> da Samarco, entre <b>psicólogos, assistentes sociais, médicos, enfermeiros, bombeiros, socorristas, engenheiros, veterinários e biólogos</b> , entre outros, atuam no atendimento às comunidades, no serviços de busca e resgate de pessoas e animais e nas ações de monitoramento e contenção da lama.	Ações assistenciais
45	17/11/2015	Em Minas Gerais, a Samarco assinou um Termo de Compromisso Preliminar com os <b>Ministérios Públicos Federal e do Estado</b> que prevê a destinação de R\$ 1 bilhão para garantia de custeio de medidas preventivas emergenciais, mitigatórias, reparadoras ou compensatórias. Saiba mais: <a href="http://bit.ly/1MPI5FD">http://bit.ly/1MPI5FD</a>	Institucional
66	20/11/2015	Seguindo as recomendações do <b>Ministério Público, Iema, Projeto Tamar e Instituto Chico Mendes</b> , continuamos tomando todas as providências para direcionar a pluma da turbidez ao mar. Segundo especialistas, a diluição do material será muito mais rápida no oceano em função do volume de água. Saiba mais: <a href="http://bit.ly/1lzEJfA">http://bit.ly/1lzEJfA</a>	Meio ambiente/água

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Esse traço do discurso da Samarco demonstra uma preocupação da empresa em “dar os créditos” àqueles que fazem jus, devido ao trabalho desenvolvido. Por outro lado, dá relevo à capacidade da empresa de construir parcerias com aqueles que possuem um papel relevante na execução das medidas “emergenciais, mitigatórias, reparadoras ou compensatórias”. Ou seja, a mineradora demonstra possuir um bom relacionamento com tais atores sociais, essenciais no processo de minimização dos impactos gerados pela ruptura da barragem de Fundão.

Também por meio da análise da primeira postagem publicada pela mineradora, nota-se que há indicações das condições de produção daquele discurso: “Não é possível, **neste momento**, confirmar as causas e extensão do ocorrido, bem como a existência de vítimas”. Naquela conjuntura, poucas horas após o rompimento, ainda não era possível fazer afirmações sobre a ruptura e, diante disso, a empresa limitou-se a orientar as pessoas a não se deslocarem para a área atingida.

Outra questão que caracteriza o discurso institucional é a referência ao relacionamento da Samarco com as comunidades atingidas pela ruptura. Assim, os moradores

são chamados para a tomada de decisões (Postagem 39, no Quadro 14), participam dos trabalhos de mitigação dos impactos causados pelo rompimento (Postagem 101, no Quadro 14) e participam de forma “ativa” das decisões (Postagem 102, no Quadro 14) acerca do futuro dos atingidos. Esse posicionamento da mineradora reforça uma memória discursiva relacionada à Samarco como uma empresa que, nos locais onde atua, constrói um bom relacionamento com a comunidade.

Quadro 14 – Postagens Samarco – relacionamento com a comunidade

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem	Tipo de publicação
39	16/11/2016	No último fim de semana, o coordenador de Desenvolvimento Socioinstitucional Estaneslau Klein concedeu entrevista sobre a acomodação das famílias atingidas pelo acidente. Segundo ele, <b>a locação dos imóveis marca o início de um processo de diálogo entre a Samarco e a comunidade para a construção de novas casas, em locais que serão escolhidos pelos próprios moradores.</b>	Institucional/Vídeo
101	28/11/2015	Estão sendo retirados, de forma preventiva, peixes do canal de adução da represa da Usina Hidrelétrica de Aimorés, em Minas Gerais. A área não foi impactada pela pluma de turbidez. A iniciativa, que integra os trabalhos de resgate de fauna, está sendo realizada por meio da Brandt Meio Ambiente – consultoria especializada em programas e estudos na área ambiental – <b>em parceria com a própria Usina e com pescadores da região, que foram contratados para realizar o trabalho.</b> Saiba mais: <a href="http://bit.ly/1Iq544H">http://bit.ly/1Iq544H</a>	Meio ambiente/água
102	28/11/2015	Os trabalhos de realocação das famílias atingidas pelo acidente nas barragens da Samarco continua na região de Mariana. Até o momento, 51 famílias já foram encaminhadas às residências alugadas. <b>Este processo conta com a participação ativa das famílias envolvidas</b> e da Secretaria Municipal de Assistência Social. Saiba mais: <a href="http://bit.ly/1NfNq4I">http://bit.ly/1NfNq4I</a>	Ações assistenciais

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como exemplo de participação da população nos processos decisórios, é possível citar a votação para escolha do terreno onde será reconstruído o subdistrito de Bento Rodrigues<sup>137</sup>. A empresa disponibilizou três opções, e os moradores definiram, em votação realizada no Centro de Convenções de Mariana, o espaço para a edificação da localidade. Cada família – cerca de 230 – teve direito a um voto e, para validar o pleito, era necessário

<sup>137</sup> Bento Rodrigues é subdistrito do distrito de Santa Rita Durão, do município de Mariana-MG, e foi importante centro de mineração no século XVIII. A estimativa da população, em 2015, era de cerca de 600 moradores. Disponível em: <http://prefeitura2014.pmmariana.com.br/distritos/santa-rita-durao>. Acesso em: 18 jan. 2016.

que 60% dos representantes das famílias votassem e que a área escolhida obtivesse no mínimo 60% dos votos. Entre as áreas apresentadas – Lavoura<sup>138</sup>, Bicas e Carabina –, Lavoura foi escolhida com 92% dos votos<sup>139</sup>.

Ao longo das postagens, a empresa também apresenta informações geradas por terceiros que corroboram para a credibilidade do que é dito por ela (QUADRO 15). Assim, com exposição de análises e laudos emitidos por entidades especializadas, a Samarco busca respaldar a sua fala e, assim, agregar confiabilidade às informações divulgadas, o que pode ser interpretado como uma estratégia discursiva de credibilidade no contexto desta pesquisa.

Quadro 15 – Postagens Samarco - credibilidade

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem	Tipo de publicação
86	26/11/2015	<p><b>Laudo emitido pela SGS Geosol Laboratórios</b>, empresa especializada em análises ambientais e geoquímicas de solos, comprovou que o rejeito da Barragem do Fundão não oferece risco às pessoas.</p> <p>Os testes foram feitos com amostras, coletadas no dia 8 de novembro, em Bento Rodrigues, Monsenhor Horta, Pedras, Barretos e Barra Longa, de acordo com os parâmetros da norma brasileira ABNT NBR 10004:2004. Saiba mais: <a href="http://migre.me/sdWr2">http://migre.me/sdWr2</a></p>	Institucional

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Ao lançar um olhar sobre as publicações da Samarco em sua *fanpage*, também é preciso atentar para a dimensão imagética do discurso. No que se refere às fotografias, elas estão presentes em apenas 13 postagens<sup>140</sup> da mineradora – cerca de 10,23% do total das publicações. Entre elas, em cinco, é possível observar uma fotografia que faz referência à lama, como nos exemplos a seguir (FIGURAS 1, 2 e 3).

<sup>138</sup> A área conhecida como Lavoura pertence à empresa ArcelorMittal e fica a cerca de oito quilômetros de Mariana e a aproximadamente nove quilômetros do subdistrito de Bento Rodrigues. De acordo com a Samarco, a área destinada à construção é de 89 hectares. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/noticia/2016/05/terreno-onde-sera-construido-novo-bento-rodrigues-e-definido.html>>.

Acesso em: 17 jan. 2017.

<sup>139</sup> Informações divulgadas na matéria “Terreno onde será construído novo Bento Rodrigues é definido”, de 7 de maio de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/noticia/2016/05/terreno-onde-sera-construido-novo-bento-rodrigues-e-definido.html>>. Acesso em: 17/01/2017

<sup>140</sup> Uma das postagens é o álbum de fotos “Frentes de ação da Samarco em números”, composto por nove fotografias. Nos demais casos, a empresa publica uma fotografia por postagem, o que totaliza 21 fotos distribuídas em 13 postagens de um montante de 127 publicações feitas no período de 5 de novembro de 2015 a 5 de dezembro de 2015.

Figura 1 – Foto da postagem nº 66, de 20 de novembro de 2015<sup>141</sup>



Fonte: *Facebook* da Samarco.

Figura 2 – Foto da postagem nº 75, de 23 de novembro de 2015<sup>142</sup>



Fonte: *Facebook* da Samarco.

No álbum “Frentes de ação da Samarco em números”, publicado no dia 5 de dezembro de 2015, entre as nove fotografias divulgadas, apenas uma delas faz referência à lama (FIGURA 3).

<sup>141</sup> Disponível em:

≤<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1681189145431234/?type=3&theater>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

<sup>142</sup> Disponível em:

≤<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1681809458702536/?type=3&theater>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

Figura 3 – Foto do álbum “Frentes de ação da Samarco em números” ( Postagem nº 124, de 5 de dezembro de 2015<sup>143</sup>)



Fonte: *Facebook* da Samarco.

Apesar da caixa de texto encobrir parte do rio, é possível observar a presença da lama nas águas abaixo da ponte que está sendo construída. A lama fica em segundo plano na fotografia, e o que recebe destaque é a nova ponte que, naquele contexto, simbolizava o trabalho realizado pela Samarco e, conseqüentemente, o fim do isolamento das comunidades atingidas.

O álbum “Frente de ações da Samarco em números”, que consta a foto acima, faz parte da campanha de prestação de contas da Samarco após um mês da ruptura da barragem de Fundão (“Campanha de 30 dias”). Como explica a jornalista responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da empresa, Fernanda Ferreira, a campanha priorizava os números das ações desenvolvidas até então pela mineradora. Em todas as fotos do álbum, assim como na Figura 3, há um destaque para a quantificação do trabalho realizado pela Samarco: “7 pontes em construção [...]”, “115 cartões de auxílio financeiro distribuídos”, etc. No entanto, a ação de comunicação não foi bem recebida pelos usuários: “[...] nós apanhamos. Por quê? Você está mostrando números, é frio. Você impactou pessoas, você impactou o meio ambiente [...]” (FERREIRA, 2017).

<sup>143</sup> Disponível em:

≤[https://www.facebook.com/1669539876596161/photos/?tab=album&album\\_id=1684820185068130](https://www.facebook.com/1669539876596161/photos/?tab=album&album_id=1684820185068130)>. Acesso em: 18 jan. 2017.

No recorte temporal desta pesquisa, também é possível observar uma preocupação da Samarco em preservar a imagem das pessoas atingidas pela ruptura. Somente no dia 2 dezembro – quase um mês após o rompimento –, a empresa divulgou a primeira foto em que aparecem jovens das comunidades de Bento Rodrigues e Paracatu que participaram da palestra sobre formação profissional realizada pelo Instituto Federal Minas Gerais (IFMG). Esse posicionamento é reforçado pela responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira:

A gente tinha esse respeito com as pessoas, sim. Tanto que em toda divulgação perguntamos para a pessoa: posso tirar uma foto? Se ela falar não, é não. E a gente pede para ela uma autorização de uso de imagem, porque ela tem que estar ciente. Vamos divulgar isso no site, no nosso *Facebook* etc., então a gente tinha, tem esse cuidado, sempre teve. Por exemplo, raramente você vai ver criança, o rosto da criança. Você vai ver o menino de costas ou você vai ver só a mãozinha da criança. É uma questão de respeito mesmo com as pessoas que foram impactadas (FERREIRA, 2017).

No entanto, no dia seguinte à primeira postagem em que aparecem pessoas afetadas pela ruptura, a Samarco divulgou uma fotografia (FIGURA 4) que, com base na fala de Ferreira (2017) sobre a divulgação de fotos de crianças, configura-se como uma exceção na página da mineradora. Ela mostra uma família, ao que parece um pai e uma filha, em um dos imóveis alugados pela mineradora para abrigar as vítimas.

Figura 4 – Foto da postagem nº 117, de 3 de dezembro de 2015<sup>144</sup>



Fonte: *Facebook* da Samarco.

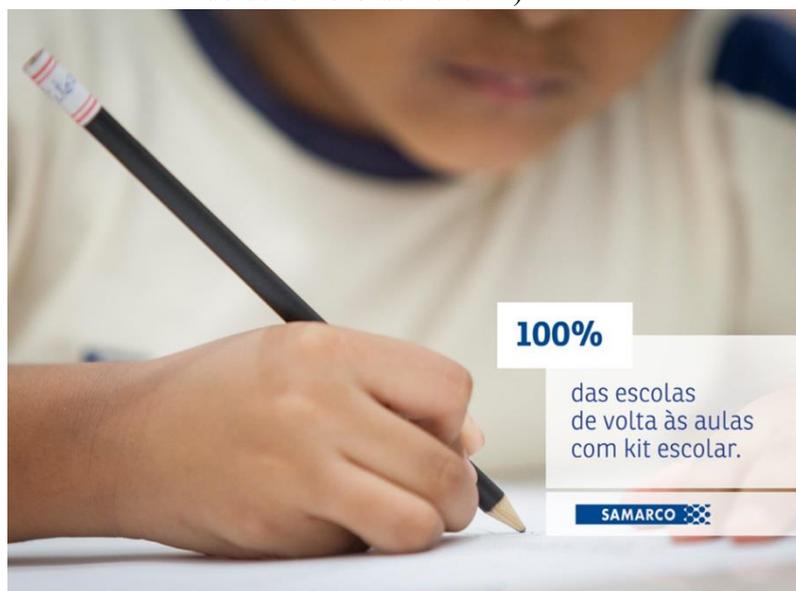
Na Figura 4, os funcionários da Samarco e os moradores aparecem em um clima descontraído, e ambos estão sorrindo, o que pode ser entendido como um reforço à memória discursiva de uma empresa que possui um bom relacionamento com a comunidade. Também se faz presente a imagem da criança, personificada por meio da presença da menina que é acolhida com carinho pelos funcionários da mineradora. Ademais, a foto, ao mostrar o novo lar em que a família poderá reconstruir a sua vida, pode ser relacionada a um sentido de esperança em meio à tristeza gerada pelo rompimento. Nesse viés, é possível fazer menção à construção de um discurso emotivo pela Samarco, o que pode ser interpretado como uma estratégia de captação no contexto da produção de sentidos analisada, já que estão dispostos elementos que remetem a uma comoção.

Por outro lado, no álbum “Frente de ações da Samarco em números”, em que também há a presença das vítimas nas fotografias, o modo de representação da criança vai ao encontro da fala da responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco. Nela, observa-se a preocupação com a preservação da identidade do fotografado: é possível ver somente metade do seu rosto e parte da foto foi “desfocada”, dando, assim, destaque à mão do aluno (FIGURA 5).

<sup>144</sup> Disponível em:

≤<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684283995121749/?type=3&theater>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

Figura 5 – Foto do álbum “Frentes de ação da Samarco em números” (postagem nº 124, de 5 de dezembro de 2015<sup>145</sup>)



Fonte: Facebook da Samarco.

Além das fotografias, a empresa insere, com o texto das postagens, “imagens padrão”. O tipo mais comum<sup>146</sup> é a imagem padrão “Samarco informa” (FIGURA 6), presente em mais da metade das publicações: 53,54%.

Figura 6 – Imagem da postagem nº 62, de 19 de novembro de 2015<sup>147</sup>



<sup>145</sup>Disponível em:

≤[https://www.facebook.com/1669539876596161/photos/?tab=album&album\\_id=1684820185068130](https://www.facebook.com/1669539876596161/photos/?tab=album&album_id=1684820185068130)>. Acesso em: 18 jan. 2017.

<sup>146</sup> Ao longo das publicações, a Samarco cria imagens para abordar assuntos específicos, por exemplo, os pontos de distribuição de água nas cidades afetadas, a volta às aulas das crianças das comunidades atingidas e a alocação de famílias nas casas alugadas pela empresa.

<sup>147</sup> Disponível em:

≤<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1680969955453153/?type=3&theater>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

De acordo com a jornalista Fernanda Ferreira, o uso frequente da imagem padrão pela Samarco nos *posts*, no primeiro mês após o rompimento, está relacionado a um contexto em que existia uma grande demanda de divulgação de informações e, por outro lado, não havia um planejamento definido sobre as ações da empresa na *fanpage*.

Não se tinha um planejamento claro, a gente sabia, tinha algumas reflexões, tipo: a gente está em uma guerra de imagens. Aquela imagem do carro pendurado em Bento Rodrigues é a imagem icônica do rompimento. E como a gente estava retratando isso no nosso site, nos nossos anúncios? Com um balãozinho “Samarco esclarece”, “Samarco informa”. Gente, cadê imagem? Cadê imagem das pessoas nas casas delas, cadê a imagem da estruturação das estações de tratamento de água? (FERREIRA, 2017).

Nesse viés, o entendimento da necessidade de se produzir outros tipos de conteúdo, em substituição à imagem padrão, surge com o passar do tempo, também seguindo as considerações feitas por diversos consultores da empresa sobre essa lacuna referente à dimensão imagética do discurso na *fanpage*.

Ao analisar as publicações da Samarco, ainda é preciso fazer menção ao uso de *links*, presentes em cerca de 62,20% das postagens da mineradora publicadas no período considerado para a análise. Entre as publicações com *links*, em apenas duas aparecem *links* externos que não levam ao site da Samarco<sup>148</sup>. Assim, a mineradora incorpora, à maioria dos *posts*, *links* que direcionam o usuário para o site da empresa, de modo a possibilitar um aprofundamento nos assuntos apresentados na *fanpage* – o que pode ser entendido como uma abertura dos sentidos (SILVEIRA, 2011).

No entanto, a inclusão desses *links* também revela a intenção de fazer com que a Samarco permaneça como fonte de informação confiável para o sujeito. Assim, de modo paradoxal, o uso de *links* que remetem ao site da empresa também pode ser concebido como um processo de fechamento dos sentidos – já que o que está divulgado no site tende a reforçar o conteúdo das postagens. Ao acessar o *link*, o usuário não tem acesso a informações que contradizem o que está divulgado na página do *Facebook*. Nesse sentido, há um processo de fechamento dos sentidos possíveis acerca da ruptura da barragem de Fundão.

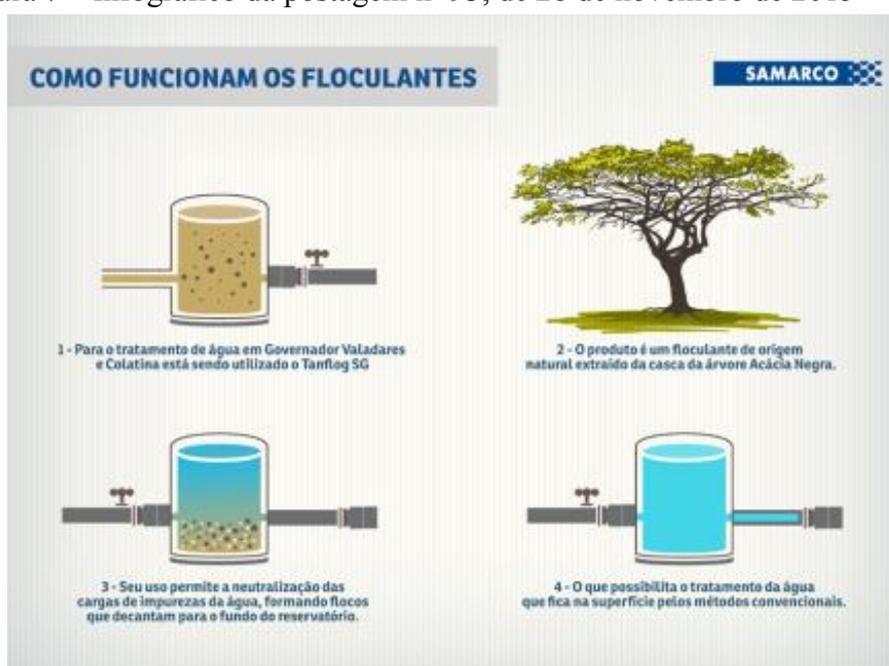
Concomitantemente a essa dinâmica, essa divulgação também se configura como uma estratégia para elevar o número de acessos à página, o que se relaciona com o modelo de aderência<sup>149</sup>, abordado por Jenkins *et al.* (2014). Nele, há a preocupação com dados de tráfego

<sup>148</sup> O primeiro *link* direciona o usuário para o site da Prefeitura de Mariana e o segundo para a página do “Grupo de Governança para a Crise Ambiental no Rio Doce”.

<sup>149</sup> Discussão desenvolvida no Capítulo 2 – Apontamentos sobre a Comunicação Organizacional contemporânea, tópico 2.2 (A Comunicação Organizacional em ambiente digital).

na Web, como o número de acessos ao site e a quantidade de curtidas na *fanpage*, entre outros. Por outro lado, ao utilizar, por exemplo, infográficos<sup>150</sup> (FIGURA 7) e vídeos, além de fotos e imagens, a Samarco se aproxima do modelo de propagabilidade proposto por Jenkins *et al.* (2014). Isso porque, ao usar elementos multimídia característicos desse ambiente, a empresa potencializa as possibilidades de circulação de conteúdo por meio do engajamento dos usuários<sup>151</sup>.

Figura 7 – Infográfico da postagem nº 93, de 28 de novembro de 2015<sup>152</sup>



Fonte: Facebook da Samarco.

#### 4.4 Análise das três postagens da Samarco selecionadas e dos seus respectivos comentários

Após observar a dinâmica das publicações da Samarco no recorte temporal considerado para esta pesquisa, é possível iniciar a análise em profundidade das três postagens selecionadas e dos comentários que as constituem. Diante da questão que motiva este trabalho – como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão –, a análise fundamenta-se nas noções-conceito da

<sup>150</sup> Os infográficos estão presentes em 7,08% das publicações da Samarco.

<sup>151</sup> “O uso de imagens no Facebook, por exemplo, tende a estar associado a um maior número de ‘curtidas’” (ZAGO; BASTOS, 2013, p. 130).

<sup>152</sup> Disponível em:

≤<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1682955575254591/?type=3&theater>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

Análise do Discurso, apresentadas no Capítulo 3 – Reflexões teóricas como subsídios para a Análise do Discurso (AD).

A fim de operacionalizar a investigação, ao longo da análise, alguns comentários são apresentados, por meio de quadros, como representativos dos discursos observados na *fanpage*: eles traduzem um determinado “tipo” de publicação presente na página. Por isso, esses comentários são acionados para que seja possível a elaboração de uma reflexão a respeito da produção de sentidos no que se refere a determinado(s) aspecto(s) da construção discursiva na página. No entanto, ao se explorar um comentário com base em uma perspectiva específica, não se negligencia a complexidade presente nele e, conseqüentemente, as diferentes possibilidades de análise do texto. Nesse sentido, um mesmo comentário pode ser utilizado para observar diferentes dimensões do discurso.

#### 4.4.1 Primeira postagem: Comunicado oficial (vídeo) do diretor-presidente da Samarco Ricardo Vescovi

Figura 8 – Postagem do Comunicado oficial (vídeo) do diretor-presidente da Samarco Ricardo Vescovi<sup>153</sup>



Fonte: Facebook da Samarco.

<sup>153</sup> Imagem gerada pela captura de tela (*print screen*). Disponível em: <[https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page_internal)>. Acesso em: 27 fev. 2017.

A primeira postagem selecionada para análise é a segunda publicação feita pela Samarco na *fanpage* a partir da ruptura da barragem de Fundão. A mensagem (divulgada às 22h22 do dia 5 de novembro de 2015) é um vídeo<sup>154</sup> (de 1min47s) com o comunicado oficial do diretor-presidente da Samarco, Ricardo Vescovi, sobre o rompimento da barragem. Nele, Vescovi aparece uniformizado em frente a um fundo branco e realiza a leitura do texto.

Com o objetivo de operacionalizar a análise, opta-se por apresentar a transcrição da fala do diretor-presidente (QUADRO 16) e também uma “nuvem de palavras” (FIGURA 9) gerada pelo texto do discurso para que seja possível observar a recorrência das palavras.

Quadro 16 – Discurso institucional – comunicado oficial (vídeo)

Análise do discurso institucional – comunicado oficial do diretor-presidente sobre o rompimento da barragem
<p><b>Sou Ricardo Vescovi, presidente da Samarco Mineração (A)</b><sup>155</sup>, e venho a público lamentavelmente falar sobre o rompimento das nossas barragens<sup>156</sup>, <b>denominadas barragens de Fundão e Santarém (B)</b>, que ficam na unidade industrial de Germano, localizadas nos municípios de Mariana e de Ouro Preto.</p> <p>O <b>rompimento (E)</b> foi identificado na tarde de hoje e <b>a Samarco imediatamente acionou (C)</b> o seu Plano de Ação Emergencial de Barragens colocando em ação, juntamente com Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes, todas as ações previstas nesse Plano e <b>mobilizando todos, absolutamente todos os esforços necessários (C)</b> para priorizar o atendimento e a integridade das pessoas que estavam trabalhando no local ou que residem próximas às barragens.</p> <p>Igualmente nós <b>não estamos medindo esforços (C)</b> para contenção de danos ambientais. As autoridades competentes já foram devidamente informadas e estão prestando, nesse momento, todo apoio e toda a solidariedade.</p> <p>Nesse momento, também, não podemos confirmar as causas e a completa extensão do <b>ocorrido (E)</b>, bem como o número de vítimas. Nosso foco, eu repito, nesse momento crítico, é a <b>preservação da integridade das pessoas e do meio ambiente (D)</b>.</p> <p>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.</p> <p>Como o presidente da empresa, <b>reforço o nosso compromisso com a transparência no fornecimento das informações (D)</b>, mantendo sempre autoridades, comunidades, fornecedores, clientes, imprensa, a sociedade em geral informada sobre as proporções dos avanços na contenção desse <b>acidente (E)</b>.</p> <p>Nós <b>lamentamos profundamente e estamos muito consternados com o acontecido, mas nós estamos absolutamente mobilizados (C)</b> para conter os danos causados por esse trágico acidente.</p> <p>Muito obrigado.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição do vídeo em postagem da *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

<sup>154</sup> Link para o vídeo: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/?fref=ts>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

<sup>155</sup> As letras foram utilizadas aqui para identificar os trechos representativos do discurso a que se faz referência na discussão construída posteriormente.

<sup>156</sup> No contexto da produção discursiva, o diretor-presidente faz referência à ruptura de duas barragens, hipótese que, posteriormente, foi refutada com a confirmação do rompimento somente da barragem de Fundão.

Figura 9 – Nuvem de palavras<sup>157</sup> gerada pelo discurso do diretor-presidente da Samarco, Ricardo Vescovi



Fonte: Elaboração própria.

Como é possível perceber, a primeira ação adotada pelo diretor-presidente, no vídeo, é apresentar-se ao público (A). Tal posicionamento pode ser interpretado como uma tentativa de humanizar a figura dele, uma vez que, a partir daquele momento, um rosto que não era tão conhecido passaria a representar a Samarco. Ao se apresentar como presidente da empresa, Vescovi reforça a sua posição de autoridade, o que, como uma estratégia de legitimação, “justifica” a pertinência da sua fala<sup>158</sup> naquele momento. Para isso, ele enfatiza a sua posição (“Como o presidente da empresa”), o que leva a palavra “presidente” a receber destaque na nuvem gerada pelo discurso. Nesse sentido, o posicionamento do diretor-presidente também pode ser compreendido como uma estratégia de credibilidade, pois ele constrói – por meio da sua apresentação – um *ethos*, uma imagem de si (CHARAUDEAU, 2010) como líder maior da empresa, com vistas a fazer com que o interlocutor acredite que o que é dito por ele é confiável.

Como líder da empresa, Vescovi informa a população sobre o ocorrido e faz referência à ruptura de duas barragens (B) – palavra em relevo na nuvem – hipótese que, posteriormente, foi refutada diante da não confirmação do rompimento da barragem de

<sup>157</sup> Nuvem de palavras gerada pelo site: <<http://www.wordclouds.com/>>. Acesso em: 23 jan. 2017. O tamanho de cada palavra na nuvem corresponde ao número de vezes em que ela aparece no texto.

<sup>158</sup> Importante ressaltar que o discurso de Vescovi é construído na primeira pessoa do plural (“estamos”), o que evidencia que ele fala em nome da Samarco e, nesse sentido, é também um porta-voz de todos aqueles que trabalham na mineradora.

Germano. Nesse sentido, a palavra “barragens” se constitui como uma “marca” das condições de produção do discurso, feito poucas horas após a ruptura. Também como caracterizante das condições de produção, a palavra “momento” aparece em evidência na nuvem representando que aquele discurso se configurou em um “momento crítico”, em que não era possível fazer afirmações e que as ações estavam sendo desenvolvidas no “momento” em que o diretor-presidente se pronunciava.

Ao longo de todo o vídeo, é possível observar como o texto é construído para evidenciar a sensibilização da empresa frente ao caso e o engajamento nas ações (B): “mobilizando todos, *absolutamente* todos os *esforços* necessários”. Em consonância, o nome da empresa – em destaque na nuvem – aparece vinculado à tomada de ações e às orientações à população. Além disso, nota-se uma preocupação em ancorar o discurso à imagem de uma empresa socioambientalmente responsável e que tem compromisso com a transparência (D). Nesse viés, a palavra “integridade”, em evidência na nuvem – é representativa desse posicionamento: “Nosso foco, eu repito, nesse momento crítico, é a preservação da integridade das pessoas e do meio ambiente”.

Ainda sobre o texto do comunicado oficial, o diretor-presidente faz referência ao que aconteceu como: “acidente”, “rompimento”, “ocorrido” (E) – em realce na nuvem. Essas palavras, no contexto da disputa de sentidos, levam a um abrandamento da responsabilização da Samarco pelo ocorrido, questão discutida de forma aprofundada no item 4.4.1.5 “Os sentidos e as palavras” a ser abordado posteriormente nesta análise.

No âmbito da Comunicação Organizacional, a forma como o comunicado oficial foi construído também diz sobre como a Samarco “edita” a sua imagem por meio dos discursos. Baldissera e Stocker (2015) evidenciam que, no contexto de competitividade que permeia a sociedade contemporânea, as empresas buscam, pelo discurso, “editar” a si mesmas. Elas determinam aspectos a serem divulgados com o objetivo de propagar essa imagem junto aos públicos (BALDISSERA; STOCKER, 2015). Em consonância com essa perspectiva, Charaudeau (2009c, p. 38) observa que toda escolha discursiva, feita pelo sujeito informador, é constituída “por aquilo que retém ou despreza; a escolha põe em evidência certos fatos deixando outros à sombra”.

É importante destacar que esse comunicado oficial tem, como base, o texto da primeira postagem publicada pela Samarco<sup>159</sup> a partir da ruptura da barragem de Fundão. Tal

---

<sup>159</sup> Postagem explorada em profundidade no tópico anterior “Análise das postagens da Samarco”.

relação pode ser percebida por meio dos assuntos presentes na postagem e que também foram abordados pelo diretor-presidente no vídeo:

Quadro 17 – Correlação entre as postagens – discurso institucional

Número da postagem: 1 Data: 05/11/2015	Conteúdo da postagem (Primeira postagem da Samarco)	Número da postagem: 2 Data: 05/11/2015	Conteúdo da postagem (Comunicado oficial)
	<p>A Samarco informa que houve um acidente em sua barragem denominada Fundão, localizada na unidade de Germano, nos municípios de Ouro Preto e Mariana (MG).</p> <p>A organização está mobilizando todos os esforços para priorizar o atendimento às pessoas e a mitigação de danos ao meio ambiente.</p> <p>As autoridades foram devidamente informadas e as equipes responsáveis já estão no local prestando assistência.</p> <p>Não é possível, neste momento, confirmar as causas e extensão do ocorrido, bem como a existência de vítimas.</p> <p>Por questão de segurança, a Samarco reitera a importância de que não haja deslocamentos de pessoas para o local do ocorrido, exceto as equipes envolvidas no atendimento de emergência.</p>	<p><i>Sou Ricardo Vescovi, presidente da Samarco Mineração, e venho a público lamentavelmente falar sobre o rompimento das nossas barragens<sup>160</sup>, denominadas barragens de Fundão e Santarém, que ficam na unidade industrial de Germano, localizadas nos municípios de Mariana e de Ouro Preto.</i></p> <p>O rompimento foi identificado na tarde de hoje e a Samarco imediatamente acionou <i>o seu Plano de Ação Emergencial de Barragens colocando em ação, juntamente com Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes, todas as ações previstas nesse Plano</i> 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 próximas às barragens.</p> <p>Igualmente nós não estamos medindo esforços para contenção de danos ambientais. As autoridades competentes já foram devidamente informadas e estão prestando, nesse momento, todo apoio e toda a solidariedade.</p> <p>Nesse momento, também, não podemos confirmar as causas e a completa extensão do ocorrido, bem como o número de vítimas. Nosso foco, eu repito, nesse momento crítico, é a preservação da integridade das pessoas e do meio ambiente.</p> <p>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.</p> <p><i>Como o presidente da empresa, reforço o nosso compromisso com a transparência no fornecimento das informações, mantendo sempre autoridades, comunidades,</i></p>	

<sup>160</sup> No contexto da produção discursiva, o diretor-presidente faz referência à ruptura de duas barragens, hipótese que, posteriormente, foi refutada com a confirmação do rompimento somente da barragem de Fundão.

	<p><i>fornecedores, clientes, imprensa, a sociedade em geral informada sobre as proporções dos avanços na contenção desse acidente.</i></p> <p><i>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.</i></p>
--	--

Fonte: Elaboração própria.

Desse modo, a estrutura do discurso do diretor-presidente está, em quase sua totalidade, presente na primeira postagem feita pela Samarco. Apenas os trechos em itálico não são mencionados na primeira publicação. São eles: a apresentação do diretor-presidente, a menção ao Plano de Ação Emergencial de Barragens e os dois últimos parágrafos, que reforçam o compromisso com a transparência na divulgação das informações e a sensibilização e empenho da Samarco com vistas a conter os danos causados pela ruptura. Assim, ao se pensar na forma como o texto da primeira postagem foi adequado para a fala do presidente, é possível perceber que, no momento de gravar o vídeo, havia a necessidade de divulgar um posicionamento mais “humano” da empresa frente ao ocorrido.

#### 4.4.1.1 Condições de produção

A postagem foi publicada no dia em que ocorreu a ruptura, 5 de novembro de 2015. Importante ressaltar que, como lembram Andrade *et al.* (2016), a Samarco estava em processo de expansão devido ao Projeto Quarta Pelotização (P4P)<sup>161</sup>. Com a sua implementação, no primeiro semestre de 2014, a capacidade produtiva da empresa aumentou 37%, o que totalizava 30,5 toneladas anuais. O crescimento da produção, por consequência, elevou o volume de rejeitos direcionados para as barragens (ANDRADE *et al.*, 2016).

A maioria dos comentários sobre a postagem foi feita no mesmo dia do rompimento e no posterior (5 e 6 de novembro de 2015). O fato de a empresa e os usuários se manifestarem ainda no “calor” do acontecimento também diz sobre como se configurou a disputa de sentidos. As temáticas que afloraram, por meio dos discursos, evidenciam o modo como os sentidos estão relacionados ao contexto em que foram constituídos.

<sup>161</sup> “O P4P contempla a instalação de um terceiro concentrador, em Germano (MG) [...]; de uma terceira linha do mineroduto, paralela às duas já existentes, com capacidade de transportar 20 milhões de toneladas/ano de minério de ferro; e da quarta usina de pelotização, em Ubu (ES). Também realizamos adequações no terminal portuário, para ampliar a capacidade de embarque das atuais 23 milhões de toneladas/ano para 33,5 milhões de toneladas/ano”. Disponível em: <<http://relatoweb.com.br/samarco/www/pt/quarta-pelotizacao.html>>. Acesso em: 16 dez 2016.

Mediante a análise das mensagens, foi possível observar a sensibilização das pessoas e o modo como a população se organizou para prestar ajuda aos atingidos pelo rompimento. Como fator sintomático dessas condições de produção, observa-se a questão do engajamento dos usuários, com vistas a contribuir para a assistência às vítimas da ruptura, como uma constância notável nos discursos presentes na *fanpage* da Samarco. Sobre esse assunto, destaca-se que, em alguns casos, a ruptura da barragem levou de fato a uma tomada de ação.

Quadro 18 – Condições de produção - engajamento dos usuários

Número do comentário <sup>162</sup>	Data	Conteúdo do comentário <sup>163</sup>
80.2	07/11/2015	Isso é o mínimo né? <b>Estou no mutirão do Centro de convenções<sup>164</sup></b> . Muitas pessoas nos hotéis ainda estão precisando de roupas e itens de higiene pessoal. Já separamos tudo, mas a logística de entrega está falha.
18	05/11/2015	Gente como muitas pessoas aqui eu estou indignada com o acontecimento mas ficar culpando a empresa não adianta de nada <b>agora o certo é unir forças para ajudar as pessoas que estão desabrigadas doações estão sendo feitas e muitas pessoas estão ajudando e em vez de ficar criticando a Samarco vocês deveriam se juntar e ajudar também</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O usuário autor do comentário 80.2 (QUADRO 18) se coloca como alguém atuante, conhecedor da situação das ações assistenciais: ele está presente e acompanha de perto a situação do auxílio prestado às vítimas: “Estou no mutirão do Centro de convenções”. Com esse posicionamento, que legitima o seu discurso, ele destaca o envolvimento dos voluntários no trabalho e critica o apoio oferecido pela empresa que, para ele, não conseguiu organizar uma logística de entrega eficaz dos donativos.

Também por meio da sensibilização causada pelas consequências da ruptura da barragem, outros usuários, como o autor do comentário 18 (QUADRO 18), utilizam a *fanpage* para falar sobre a importância de ajudar. Nesse tipo de comentário, o envolvimento com o caso não se desloca para a instância da ação, o texto é construído com o objetivo de incentivar o engajamento no auxílio aos afetados pela ruptura. Na mensagem, o usuário reprova a atitude

<sup>162</sup> Os comentários foram enumerados de acordo com a sequência em que aparecem na página. A partir da identificação do comentário original, as respostas também são enumeradas segundo a ordem na *fanpage*, mas com a indicação do comentário ao qual ela está vinculada. No exemplo acima, o comentário 80.2 é a segunda resposta dada ao comentário original 80.

<sup>163</sup> Os comentários presentes na *fanpage* da Samarco são transcritos exatamente como foram publicados, preservando até mesmo os erros de grafia.

<sup>164</sup> Ao longo deste exercício, os trechos dos textos entendidos representativos do discurso, no contexto da análise, são colocados em negrito.

de quem critica a Samarco. Para ele, isso não contribuiria para a solução dos problemas: “em vez de ficar criticando a samarco voces deviam era se juntar e ajudar também”.

A preocupação relacionada à assistência às vítimas se mantém ao longo da produção de sentidos sobre a ruptura da barragem. Como indicativo disso, a garantia das primeiras ações assistenciais aos atingidos se caracteriza como a principal preocupação dos usuários naquela conjuntura. Eles cobram da empresa a alocação em locais dignos, o atendimento médico e o fornecimento de itens essenciais, como alimentação e material de higiene.

Quadro 19 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (apoio imediato aos atingidos)

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
3	05/11/2015	<b>Ok.</b> Quero saber quando os desabrigados sairão do chão do Arena para hotéis? <b>Vocês tem algum planejamento para isso?</b>
3.1 (Resposta da Samarco)	06/11/2015	Oi, (nome do usuário) <sup>165</sup> . Informamos que, até o momento, <b>449 pessoas já foram alocadas em hotéis e pousadas da região.</b> Nosso apoio aos atingidos continua, <b>através de helicópteros de resgate, entregas de kits de emergência, refeições e água.</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima (3)<sup>166</sup>, por meio da expressão “OK”, o usuário<sup>167</sup> demonstra o seu não contentamento com o que foi dito pelo diretor-presidente no vídeo divulgado na *fanpage*: é preciso fazer mais. Ele indaga diretamente à Samarco sobre o fato de as vítimas terem sido encaminhadas para o ginásio da cidade, a Arena Mariana, e não para hotéis. Além disso, questiona a empresa sobre o seu preparo para lidar com situações desse tipo.

Aqui, o usuário coloca em jogo a construção da imagem de uma empresa séria, preparada e que desenvolve suas ações com base em valores de responsabilidade social e ambiental. Assim, ao perguntar “Vocês tem algum planejamento para isso?”, a fala do usuário aciona, no processo de produção de sentidos, dúvidas relacionadas à competência da Samarco para gerenciar situações desse tipo. Diante desse cenário, a empresa responde ao comentário buscando, por meio da divulgação de dados, convencer o usuário de que um plano de ação eficiente está em andamento.

<sup>165</sup> Em respeito à identidade dos usuários, seus nomes não são citados neste material, sendo substituídos pela expressão “(nome do usuário)”.

<sup>166</sup> No decorrer deste mapeamento, o comentário sobre o qual a discussão se refere pode ser indicado por meio da sua numeração apresentada entre parênteses.

<sup>167</sup> Faz-se a opção por não diferenciar os usuários entre homens e mulheres porque, no contexto da análise deste trabalho, esse fator não se apresenta como uma variável significativa para a observação da disputa de sentidos na página.

Nesse contexto, os sujeitos acompanham a assistência prestada às vítimas e procuram demonstrar que estão atentos ao que ocorre naquele momento – eles se colocam de forma “vigilante” frente ao caso (QUADRO 20).

Quadro 20 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (usuários “vigilantes”)

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
24	05/11/2015	Hotéis e tratamento digno para os desabrigados! <b>Estamos todos muito atentos ao atendimento que será dado a eles, hein?</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário 24 (QUADRO 20) dá destaque à principal “bandeira” levantada pelos usuários naquele momento: hotel e tratamento digno para os afetados, mas não se limita a isso. Ele reafirma o engajamento das pessoas – e não somente dele – com a causa das vítimas ao utilizar verbo “estar” no plural dizer à empresa que todos estão “vigilantes” sobre as suas ações. No contexto da disputa de sentidos entre empresa e usuários, o sujeito diz em nome de muitos – o que pode ser entendido como uma forma de pressionar ainda mais a Samarco e destacar o alcance do caso pelo qual ela está sendo responsabilizada.

Ainda sobre a manifestação da preocupação a respeito das ações assistenciais nos discursos, observa-se que alguns usuários destacam, no cenário do ocorrido, as ações solidárias das pessoas em detrimento da falta de apoio oferecido pela empresa naquele contexto.

Quadro 21 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (omissão da empresa)

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
80	06/11/2015	<b>O q eu vejo é uma população solidária, fazendo de coração o q pode p ajudar os desabrigados. Não vi até agora a Samarco fazendo nada.</b> Será q essa gente toda vai ter q dormir em colchões espalhados por quantos dias?

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como representativo desse posicionamento, o autor do comentário 80 (QUADRO 21) coloca-se “como aquele que vê” – está acompanhando o caso – e, por isso, tem condições de manifestar a sua opinião sobre a assistência prestada às vítimas: sua fala se ancora em uma legitimidade de “poder dizer”. Em seu discurso, a população é entendida como um conjunto de pessoas solidárias que, mesmo diante de limitações, está “[...] fazendo de coração o q pode p ajudar os desabrigados [sic.]”, agindo em prol das vítimas. Por outro lado, a Samarco, em

plenas condições de prestar o seu auxílio, é vista como omissa e permissiva ao assentir que as vítimas sejam alocadas em condições precárias. Nesse sentido, o autor do comentário coloca em lados opostos a população e a empresa.

Na tessitura discursiva, emergem outras questões além da preocupação com as necessidades mais urgentes manifestadas pelos usuários e nota-se, pelo gesto de leitura da AD, um deslocamento dos sentidos gerados em torno da temática da ruptura da barragem. A fala dos usuários se direciona para temáticas mais específicas – mas ainda no âmbito das ações assistenciais – como a preocupação com os animais e as ações futuras necessárias para garantir o auxílio às vítimas (QUADRO 22).

Quadro 22 – Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (animais)

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
40	06/11/2015	Cuidem dos desabrigados humanos E <b>ANIMAIS!</b> <b>Ninguém</b> tem nada a ver com a irresponsabilidade da empresa.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como é possível observar, o autor do comentário 40 (acima) inclui, no contexto da produção discursiva, a necessidade de se cuidar também dos animais, palavra destacada pelo próprio usuário ao escrevê-la em letras maiúsculas. Sendo assim, no contexto da construção do discurso, ao afirmar que “Ninguém tem nada a ver com a irresponsabilidade da empresa”, ele amplia o sentido dado a “Ninguém”, já que inclui os animais, que também sofrem as consequências geradas pela ruptura da barragem.

Em consonância com essa ampliação da discussão, os usuários também fazem referência às necessidades futuras dos afetados, como a garantia de moradia, escola, hospitais, assistência médica e psicológica e o pagamento de indenizações<sup>168</sup>, além da construção de um novo subdistrito (QUADRO 23).

<sup>168</sup> De acordo com o livro-documento “Um ano do rompimento de Fundão”, produzido pela Samarco, até 7 de novembro de 2016, a mineradora entregou 7.919 cartões de auxílio financeiro para mais de 19 mil pessoas, entre titulares e dependentes, de cidades de Minas Gerais e do Espírito Santo. O valor do auxílio é de um salário mínimo “para cada pessoa do núcleo familiar que tenha perdido renda por atividade laborativa, em decorrência direta do rompimento da barragem”. Além disso, é repassado um adicional de 20% do salário mínimo para cada um dos dependentes e cesta básica. Atualmente, o cartão de auxílio financeiro, assim como o Programa de Indenização Mediada (PIM), que está em fase de implementação, são de responsabilidade da Fundação Renova (Disponível em: <<http://www.fundacaorenova.org/>>. Acesso em: 2 mar. 2017). A entidade, que começou a funcionar em agosto de 2016, é uma fundação de direito privado e sem fins lucrativos mantida com recursos da Samarco. No entanto, é independente da mineradora e de suas acionistas e constituída por Conselho Curador, Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Consultivo, além de especialistas técnicos, auditorias independentes e um Comitê Interfederativo – composto por representantes dos órgãos ambientais e de administração pública, signatários do Termo de Transação e Ajustamento de Conduta (TTAC). A Fundação tem o objetivo de implantar e gerir os programas de minimização dos impactos gerados pelo rompimento. Tais

Quadro 23 - Condições de produção - preocupação com as ações assistenciais (futuro dos afetados pela ruptura)

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
23	05/11/2015	Bento Rodrigues foi destruída, as casas estão cobertas por lama, famílias foram desabrigadas e outras demais coisas que todos nós já sabemos. Diante disso, vem a minha pergunta, acredito que de muitos tb, <b>qual vai ser o posicionamento que a samarco vai tomar em relação aos danos? Incluo moradia, saúde (física e mental), indenização e a estrutura do distrito que foi abalada.</b> Não contentamos com esse vídeo! Queremos mais!
75.4	06/11/2015	Infelizmente é uma fatalidade muito triste para quem morreu, mas tem pessoas vivas la precisando de <b>ajuda uma cidade inteira para reconstruir</b> , sem duvida a Samarco vai arcar com tudo e todos!! Leiam bem antes de criticar.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Essa preocupação está presente no discurso dos usuários que se posicionam contra e a favor da empresa, representando uma interseção desses discursos que, no contexto da análise, configuram a disputa de sentidos. Sendo assim, apesar de apresentar interpretações diferentes sobre a responsabilidade da empresa pela ruptura, os usuários manifestam uma mesma preocupação em relação ao futuro dos moradores de Bento Rodrigues, seja por meio de uma abordagem questionadora (comentário 23, acima) ou apoiadora (comentário 75.4, acima) em relação à Samarco.

Até aqui, a dimensão das condições de produção se revelou por meio da apreensão do engajamento dos usuários e da preocupação deles em garantir as ações assistenciais às vítimas da ruptura. Ambas as questões relacionam-se diretamente com o acontecimento que é objeto de estudo desta pesquisa. No entanto, ao se pensar em um contexto mais amplo, surge uma menção ao cenário político do Brasil (QUADRO 24), marcado por casos de corrupção que recebem ampla divulgação da mídia. Nesse viés, os comentários dos usuários também abordam o contexto histórico e social do país em que os discursos se constituíram e as questões políticas perpassam os debates acerca do rompimento da barragem e, de forma específica, da responsabilização da Samarco pelo ocorrido.

---

programas estão previstos no Termo de Transação de Ajustamento de Conduta (TTAC), assinado em março de 2016 pela Samarco, suas acionistas e órgãos públicos. (Disponível em: <[http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco\\_final\\_baixa.pdf](http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco_final_baixa.pdf)>. Acesso em: 2 mar. 2017).

Quadro 24 – Condições de produção - cenário político

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
258	09/11/2015	<b>Tem que prender estes bandidos</b> que só pensam em lucros e esquece que tudo pode ser evitado com planejamento e trabalho sério, mas <b>neste país sem leis e cheio de políticos corruptos o poder econômico manda</b> . Até quando vamos aguentar tudo isto. Acorda irmãos brasileiros o Brasil é nosso.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O usuário acima evidencia, por meio do seu discurso, a visão que tem do país: “sem leis e cheio de políticos corruptos” e em que o poder econômico sempre se sobressai em detrimento aos direitos dos cidadãos. Tal contexto corrobora para uma sensação de impunidade entre os usuários, os quais acreditam que os culpados não serão responsabilizados. A gerenciadora da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, faz uma leitura a respeito desse tipo de comentário também com base no cenário político do Brasil:

E a ânsia das pessoas é por justiça. Eu não sei se é esse momento do Brasil que a gente vê tanta impunidade, tanta corrupção, o que dá para as pessoas um sentimento de impunidade, de justiça que permeia tudo. O que a gente ouvia muito na nossa *fanpage*: “já prenderam os diretores?”, “tem que prender as pessoas”. E a investigação rolando ainda (FERREIRA, 2017).

Essa visão sobre o Brasil leva os usuários a comparar o tratamento dado ao ocorrido aqui e em casos semelhantes em outros países: “lá” seria diferente, como exemplifica o autor do comentário 152 (QUADRO 25).

Quadro 25 – Condições de produção – cenário político – comparações

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
152	06/11/2016	Um incêndio que matou 32 pessoas na Romênia acabou com todo o parlamento do país, primeiro ministro e deputados pediram renúncia de vergonha.... <b>e no Brazil???</b>
152.2	09/11/2015	<b>aqui o governador do estado se presta a fazer serviço assessoria de imprensa dos criminosos porque é financia suas campanhas com dinheiro deles</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio de um movimento de identificação, com vistas a responder o comentário anterior, o usuário que publicou o comentário 152.2 (QUADRO 25) evidencia a relação entre o poder público brasileiro e as empresas. No seu texto, destaca que, no Brasil, as questões se resolvem do “jeitinho brasileiro”, algo que, conseqüentemente, influencia diretamente na responsabilização dos culpados pela ruptura da barragem.

No âmbito da discussão sobre a relação mineração-política, Andrade *et al.* (2016) relatam que, em 2009, a Samarco encomendou um plano de monitoramento 24 horas de suas barragens e um sistema a ser usado em casos de emergência, que não foram implantadas devido à crise econômica. Apesar da ausência dessas duas medidas, o plano de contingência foi aprovado pelos órgãos fiscalizadores responsáveis (ANDRADE *et al.*). O autor do comentário abaixo (QUADRO 26) dá destaque à omissão no Estado na fiscalização da empresa.

Quadro 26 – Condições de produção - cenário político

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
123	06/11/2015	Sinto pelas famílias, que tiveram suas casas e parte de suas histórias destruídas. É uma vergonha, o <b>estado</b> não fiscalizar essas empresas, que põe em risco à vida dos cidadãos. Que empresa é essa que não é capaz de instalar nem uma sirene, para avisar as pessoas em uma emergência?? Parabéns para os que saíram gritando e avisando as pessoas.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Ainda no âmbito dessa discussão, Andrade *et al.* (2016) citam o Projeto de Lei do Senado (PLS) n. 654/2015, que tramita na Comissão Especial do Desenvolvimento Nacional do Senado. Como destacam Andrade *et al.* (2016), o projeto:

[...] diminuí o controle e fiscalização sobre os mais complexos projetos de infraestrutura, trazendo uma série de inovações ao processo de licenciamento ambiental, tais como a eliminação de espaços de participação direta de atingidos e interessados, a diminuição do prazo para realização de estudos ambientais e a criação de uma 'licença ambiental integrada (ANDRADE *et al.*, 2016, p. 12).

Nesse sentido, é preciso refletir sobre o papel das instituições públicas – nos âmbitos municipal, estadual e federal – e dos órgãos fiscalizadores responsáveis por acompanhar as atividades que impactam o meio ambiente e a vida humana, além das empresas privadas contratadas para avaliar as condições da barragem.

#### 4.4.1.2 Especificidades do *Facebook* como um ambiente digital

Ainda no que se refere às condições de produção do discurso, é necessário observar de que modo as características do ambiente digital influenciam no processo de produção de sentidos. Conforme discutido no Capítulo 3 – Reflexões teóricas como subsídios para a Análise do Discurso (AD), os discursos se constituem por meio de uma base – o texto –

que, neste trabalho, localiza-se em um ambiente determinado: a plataforma de comunicação digital *Facebook*. Diante disso, empreende-se a tentativa de refletir sobre as funções que cada elemento característico do *Facebook* – a ação de marcação, os *links*, as *hashtags* e os *emojis* – cumprem na dinâmica discursiva. No entanto, o exercício não visa a restringir a compreensão do uso desses elementos na construção discursiva, mas evidenciar os aspectos que “dizem” sobre a disputa de sentidos analisada.

#### 4.4.1.2.1 Marcação do usuário como *link* na postagem

No *Facebook*, ao inserir o nome de um usuário (perfil ou página) é possível fazê-lo de modo que esse dado assuma o formato de um *link* na postagem, que direciona para o perfil ou página referenciada. Além disso, o usuário que teve o seu nome marcado toma conhecimento de que seu perfil/página foi mencionado no comentário por meio de uma notificação do *Facebook*.

#### Marcação de usuário(s) por outro usuário

Por meio da análise dos comentários da primeira postagem da Samarco, constata-se que a maioria das marcações de usuários por outro usuário não vem acompanhada de texto. Ou seja, o sujeito insere como conteúdo do comentário apenas o *link* que leva a um perfil (QUADRO 27). Nesse sentido, não há uma contextualização sobre os motivos que fizeram com que o autor inserisse o nome de outro usuário.

Quadro 27 - Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
101	06/11/2015	<u>Nome do usuário</u> <sup>169</sup>

Fonte: Elaboração própria.

Não obstante, é possível depreender que, ao marcar um usuário, o autor do comentário tem intenção de que a pessoa tenha conhecimento sobre algo: a divulgação do comunicado oficial do diretor-presidente, um comentário, uma discussão construída na página, uma publicação específica que seja de interesse de quem está sendo marcado, etc. Ao receber a notificação, o usuário que teve o seu nome marcado na publicação pode ignorá-la, acessar o conteúdo e se informar sobre o teor das discussões ou até mesmo passar a atuar na disputa de sentidos. Nesse sentido, com a ação de marcação, há a possibilidade de inserção de

<sup>169</sup> Nesta análise, o uso do sublinhado representa que a palavra ou expressão, na *fanpage* da Samarco, é um *link*.

novos sujeitos na construção discursiva que poderiam não fazer parte desse processo sem o recurso da marcação.

Quadro 28 – Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
85	06/11/2015	<u>Nome do autor do comentário 90</u>
90	06/11/2015	Lamentável...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Essa dinâmica pode ser observada na sequência acima em que o autor do comentário 85 insere a marcação com o nome do autor do comentário 90 (QUADRO 28). No mesmo dia, o usuário que havia sido “marcado” acessa o conteúdo e se manifesta, passando a fazer, assim, parte da disputa de sentidos que se constitui na página. A ação de marcação também pode representar uma tentativa de iniciar uma conversa na página.

Quadro 29 – Ambiente digital – marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
164.1	06/11/2015	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?
164.2	06/11/2015	<u>(Nome do autor do comentário 164.1)</u> , concordo. Mas se foi negligência, o que não acredito, que se punam os culpados. Mas o problema é começarmos os pré-julgamentos. Eu trabalhei na empresa e nunca vi nada que a desabone.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na sequência mostrada no Quadro 29, o usuário insere o nome do autor do comentário anterior por meio da marcação, o que sinaliza que a sua fala é uma resposta direta à mensagem anterior. Por meio da marcação, o usuário referenciado recebe uma notificação no seu próprio perfil do *Facebook* e pode ou não retornar à página para responder. Ao observar essa dinâmica, é possível conceber que a marcação – como utilizada no comentário acima – também revela, por parte do enunciador, a intenção de que o interlocutor tenha ciência sobre a mensagem e, em última instância, de que se inicie uma conversa entre eles a partir de uma resposta frente à marcação.

Marcação da empresa pelos usuários

No *Facebook*, os usuários também podem marcar páginas como *link* em suas publicações. Considerando a disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco, faz-se pertinente abordar de que modo os sujeitos fizeram referência à empresa em seus comentários a partir da marcação.

Quadro 30 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5	05/11/2015	Muito bacana o posicionamento da empresa. Houve uma tragédia sim, mas a <b>Samarco Mineração</b> toma uma postura proativa e transparente. É o que se espera de uma empresa séria.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima, o usuário alia o posicionamento assumido em defesa da empresa à possibilidade do acesso a uma informação com viés positivo sobre a mineradora, uma vez que o *link* direciona para a *fanpage* da própria Samarco (QUADRO 30). Dessa forma, a marcação permite que o usuário, no decorrer da leitura do comentário, busque mais informações sobre a Samarco: percurso possível devido à estrutura modular e hipertextual da *Web*. Nesse viés, a marcação de uma página também pode significar, no processo de significação, uma abertura dos sentidos.

Por outro lado, usuários que se posicionam contra a Samarco também marcam a empresa em suas publicações (QUADRO 31).

Quadro 31 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
102	06/11/2015	Não adianta falar, as pessoas precisam de cama, chuveiro e comida, refazer a vida digna depois dessa tragédia trazida para elas. Penso que elas precisarão refazer as vidas, vocês são responsáveis por isso. As pessoas não esquecerão o que foi feito pela <b>Samarco Mineração</b> , o ontem e o hoje são determinantes, tanto para o bem quanto para o mal.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Considerando a dinâmica discursiva configurada na página, a ação identifica a Samarco como ator social envolvido na disputa de sentidos. No caso do comentário acima, a marcação ainda está relacionada ao reforço à responsabilização da empresa pelo ocorrido, algo que se aproxima da ideia contida na expressão “dar nome aos bois”.

Ao se pensar no âmbito da Comunicação Organizacional, a ação de marcação com o nome da empresa permite ao gestor um melhor acompanhamento sobre as discussões. Isso

porque, mesmo que a marcação seja feita em qualquer outra página do *Facebook*, a empresa pode ter acesso ao que foi dito por meio de uma notificação da plataforma, algo que pode auxiliar no monitoramento das reverberações sobre um caso como o da ruptura da barragem.

(Não) marcação dos usuários pela empresa

Por outro lado, nas respostas aos questionamentos feitos pelos usuários, a Samarco opta por não marcar os nomes deles como *link*. Tal escolha no momento de interagir com os usuários pode ser observada na resposta 3.1 (QUADRO 32), em que a Samarco faz referência ao usuário – pelo primeiro nome – mas não faz a marcação.

Quadro 32 – Ambiente digital – (não) marcação de usuários pela empresa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
3.1 (Resposta da Samarco)	06/11/2015	Oi, <b>(nome do usuário)</b> . 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.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Em um primeiro olhar, a não marcação dos usuários poderia ser interpretada, no contexto da disputa de sentidos analisada, como caracterizante de um desejo da Samarco de “interromper” o processo de produção de sentidos. Isso porque se a empresa não faz a marcação do nome do usuário, este não recebe a notificação de que o seu nome foi marcado. Sendo assim, a não-marcação poderia trazer dificuldades no acompanhamento das discussões pelo usuário e, em última instância, fazer com que ele não retornasse à página para dar continuidade ao debate.

No entanto, todas as vezes que a empresa se manifesta na plataforma, utiliza a opção “responder”<sup>170</sup>, em que o usuário recebe uma notificação do *Facebook* do tipo “Samarco Mineração respondeu ao seu comentário”. Dessa forma, o usuário tem a possibilidade de retornar à *fanpage* da mineradora e, diante da resposta dada por ela, manifestar-se. Nesse sentido, a opção por responder os comentários contribui para a manutenção do ato linguageiro na página do *Facebook*.

<sup>170</sup> Nesse caso, ela não cria um comentário novo ao longo da postagem, mas responde diretamente a uma mensagem anterior.

Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Neste momento, aborda-se a inclusão feita pelos usuários de página(s)/comunidade(s) (como *link* na mensagem) que, de algum modo, possuem relação com a temática da ruptura da barragem de Fundão.

Quadro 33 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
31.1	06/11/2015	(Autor do comentário 31)!! <b>Câmara Municipal De Ouro Preto</b> e outros diversos pontos.
78	06/11/2015	<b>Naque-Minas Gerais Brasil</b> Que nosso Deus Jesus ajude todas as pessoas Nessa Hora amem

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na mensagem 31.1 (QUADRO 33), o usuário insere a marcação da página da Câmara Municipal de Ouro Preto em resposta ao autor do comentário anterior que pergunta sobre os postos de doação para as vítimas. Com o *link*, é possível ter acesso às informações sobre a Casa legislativa divulgadas na *fanpage*, como o endereço da Câmara. Já o autor do comentário 78 inclui, como *link*, a página de uma comunidade de Naque, município de Minas Gerais que faz parte da Mesorregião do Vale do Rio Doce<sup>171</sup>. Sendo assim, ele amplia os sentidos acerca da ruptura da barragem de Fundão ao trazer à cena discursiva informações sobre uma cidade que também foi afetada pelo ocorrido, mas que não estava, até então, presente nas discussões dos usuários.

Já o usuário do comentário abaixo (QUADRO 34), além de incluir a marcação da *fanpage* da Samarco – como um reforço à responsabilização da empresa –, insere também a página do Ministério Público Federal.

Quadro 34 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
252	09/11/2015	<b>SAMARCO</b> , vocês terão que , NO MÍNIMO, ressarcir toda essa comunidade, todas essas pessoas, o meio ambiente, os animais. Esta tragédia é fruto de incompetência desta empresa. As organizações não governamentais, o <b>Ministério Público Federal</b> - MPF e Estadual irão ingressar em juízo exigindo reparação dos danos causados.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Ao incluir a marcação do MP, o usuário faz referência a uma instituição que está diretamente envolvida com a ruptura da barragem de Fundão, uma vez que tem a função de

<sup>171</sup> Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Naque>>. Acesso em: 5 mar. 2017.

defender os direitos dos cidadãos e os interesses da sociedade<sup>172</sup>. Por meio da notificação da marcação, os gerenciadores da página do Ministério Público passam a ter ciência sobre a menção à página e, a partir disso, podem atuar na disputa de sentidos.

#### 4.4.1.2.2 Links

Uma das funções de um *link* é permitir que o usuário faça o atravessamento da base de dados no ambiente digital. Sendo assim, ao clicar em um *link* há o direcionamento para uma outra página na qual é possível ter acesso a um novo conteúdo. Díaz Noci (2011) apresenta a proposição de um modelo de análise do hipertexto para as notícias *on-line* em que um dos critérios refere-se ao “propósito discursivo dos *hiperlinks*”. No interior desses critérios, o autor apresenta 11 subcritérios, que correspondem a uma “tipologia” dos *hiperlinks* (QUADRO 35).

A concepção do propósito discursivo dos *hiperlinks* foi construída com base no entendimento da dinâmica de *hiperlinkagem* no contexto da produção jornalística. Dessa forma, não há como fazer uma correspondência direta com os *links* que são objetos de análise deste trabalho e estão localizados em uma plataforma de comunicação digital, o *Facebook*. Nesse sentido, entre os subcritérios apresentados por Díaz Noci (2011), somente aqueles que são entendidos como operativos para a análise serão acionados no decorrer da discussão (QUADRO 35). Por meio da observação dos padrões do uso de *links*, outras observações relacionadas à função que cada *link* cumpre na dinâmica discursiva podem ser apresentadas.

Quadro 35 – Propósito discursivo dos *hiperlinks*

Propósito discursivo dos <i>hiperlinks</i> , segundo Díaz Noci (2011)			Tipologias consideradas para análise dos <i>links</i> presentes na <i>fanpage</i> da Samarco
1	<b>Links relacionados</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia.	X
2	<b>Links cronológicos</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia ou em dias anteriores.	X
3	<b>Links de atualização</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas posteriormente.	X
4	<b>Links de desenvolvimento</b>	São utilizados para explicar e desenvolver a informação contida em um nó anterior ou ancestral.	
5	<b>Links contextuais</b> <sup>173</sup>	São utilizados para fornecer	X

<sup>172</sup> Disponível em: <<https://www.mpmg.mp.br/conheca-o-mpmg/o-que-e/>>. Acesso em: 5 mar. 2017.

		informações contextuais sobre o tema.	
6	<b>Links complementares</b>	Fornecem acesso a conteúdo adicional e reutilizado para aprofundar as informações.	
7	<b>Links duplicados</b>	Dão acesso ao mesmo conteúdo em um formato diferente.	X
8	<b>Links referenciais</b>	Dão acesso a sites mencionados no texto.	X
9	<b>Links documentais</b>	Dão acesso a documentos relacionados (relatórios policiais, comunicados de imprensa, registros judiciais e decisões judiciais, declarações, etc.).	X
10	<b>Links de atribuição</b>	São utilizados para fornecer informações sobre a fonte de informação.	X
11	<b>Links de serviços</b>	Conectam o usuário a elementos úteis, tais como motores de busca ou arquivos sob demanda.	X

Fonte: Elaborado com base em Díaz Noci (2011).

### *Links* usados pelos usuários

#### Apropriação do discurso midiático

Entre os comentários dos usuários analisados nessa primeira postagem, 17 possuem *link*. Na maioria dos casos<sup>174</sup> (76,47%), o *link* que leva para um conteúdo de cunho jornalístico. No contexto da produção de sentidos analisada, essa ação pode ser concebida como uma apropriação do discurso midiático<sup>175</sup>. Isso porque o usuário, por meio do *link*, traz à cena discursiva um conteúdo de cunho jornalístico – seja uma notícia, um artigo ou o vídeo de uma matéria da TV, por exemplo – e se “apropria” disso para atuar na disputa de sentidos. A ação pode se constituir de duas maneiras: com a inserção apenas do *link* no comentário (ele é o único conteúdo da postagem) ou por meio da inclusão dele no texto da mensagem.

<sup>173</sup> No contexto deste trabalho, compreende-se que a tipologia “*Links* contextuais” abrange, também, “*Links* de desenvolvimento” e “*Links* complementares”.

<sup>174</sup> Em apenas duas postagens os usuários inserem *links* que direcionam para uma página do *Facebook*, como o perfil de um usuário, por exemplo.

<sup>175</sup> Ao longo da disputa de sentidos os usuários também se apropriam do discurso midiático sem a utilização de *links*, a exemplo do comentário 73.2: “Segundo um morador de Bento Rodrigues, o alerta não foi ativado. **O morador declarou isso em poucos instantes em uma entrevista na record**”.

Quadro 36 – Ambiente digital – uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
325	14/11/2015	<a href="http://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Meio-Ambiente/noticia/2015/11/e-oficial-o-rio-doce-esta-completamente-morto.html">http://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Meio-Ambiente/noticia/2015/11/e-oficial-o-rio-doce-esta-completamente-morto.html</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário exposto no Quadro 36, o usuário insere um *link* para uma notícia publicada no site da revista Galileu intitulada “É oficial: o Rio Doce está completamente morto”, com o subtítulo “Análise laboratorial detectou até mercúrio nas águas do rio mais importante de Minas Gerais – danos ambientais são irreversíveis”. Nesse sentido, o usuário traz para a disputa de sentidos a temática dos danos ambientais ocasionados pela ruptura da barragem de Fundão, o que – a depender do clique do usuário – pode levar a uma abertura dos sentidos. Outros usuários associam o *link* – de viés jornalístico – a um texto de sua autoria na publicação:

Quadro 37 – Ambiente digital – uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
156	06/11/2015	Não foi por falta de aviso. Irresponsabilidade do estado e da empresa. <a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2015/11/06/laudo-de-2013-fez-alerta-sobre-riscos-de-ruptura-de-barragem-em-mariana-mg.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2015/11/06/laudo-de-2013-fez-alerta-sobre-riscos-de-ruptura-de-barragem-em-mariana-mg.htm</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário acima (QUADRO 37), o usuário utiliza o *link* para referendar o seu posicionamento, o link cumpre a função de endossar o discurso do usuário. Ele afirma que “Não foi por falta de aviso. Irresponsabilidade do estado e da empresa” e, logo depois, insere um *link* que reforça esse posicionamento<sup>176</sup>. O *link* leva a uma notícia do portal Uol publicada em 6 de novembro de 2015, um dia após a ruptura: “Laudo de 2013 alertou sobre riscos de ruptura de barragem em Mariana (MG)”.

Sobre esse assunto, Andrade *et al.* (2016) destacam que, em 2013, a barragem de Fundão passou por um processo de revalidação da sua Licença de Operação (LO). Na ocasião, o Ministério Público encomendou um estudo junto ao Instituto Prístino, especializado em pesquisas relacionadas ao patrimônio natural, que apontou o risco de rompimento da

<sup>176</sup> Ao se pensar na proposição de Charaudeau (2009a) acerca das estratégias discursivas, a inclusão do *link* com conteúdo jornalístico pode ser interpretada como uma estratégia de credibilidade. Isso porque o usuário insere no seu comentário um elemento que cumpre a função de agregar confiabilidade ao que é dito por ele.

barragem. Mesmo diante desses apontamentos, a LO foi concedida pelo Conselho Estadual de Política Ambiental (Copam) de Minas Gerais à Samarco.

O processo de revalidação da licença de operação da barragem do Fundão, ao desconsiderar os riscos de rompimento apontados no laudo da instituição contratada, revela também a negligência do Estado com os procedimentos administrativos de prevenção a riscos ambientais. O licenciamento ambiental é uma forma de mitigar os efeitos, controlar os danos e minimizar os riscos que o empreendimento oferece à população e ao meio-ambiente. Ao enxergar os procedimentos de licenciamento como meros entraves burocráticos, que se colocam no caminho do “progresso”, o Estado permite que os interesses econômicos prevaleçam e negligencia o seu dever de zelar pelo interesse público (ANDRADE *et al.*, 2016, p. 11).

Nesse viés, a notícia “Laudo de 2013 alertou sobre riscos de ruptura de barragem em Mariana (MG)”, incluída com *link* pelo usuário, reforça a constatação dele de que o rompimento é fruto da responsabilidade não apenas da Samarco, mas também do Estado, responsável pelo licenciamento ambiental. Importante ressaltar que o mesmo *link* foi compartilhado por outros dois usuários nessa primeira postagem analisada.

Ao discutir sobre *links* de cunho jornalístico, torna-se pertinente abordar três subcritérios de Díaz Noci (2011), referentes ao propósito discursivo dos *hiperlinks*, que versam sobre a relação temporal entre o conteúdo (a notícia) e os *links*. São eles: “*links* relacionados”, que dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia; “*links* cronológicos”, que dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia ou em dias anteriores; e “*links* de atualização”, que proporcionam o acesso a informações publicadas posteriormente.

Para o presente trabalho, observa-se a dinâmica configurada entre os comentários dos usuários e os *links* que se caracterizam por uma apropriação do discurso midiático<sup>177</sup>. Por meio da análise, é possível depreender que a maioria dos *links* (70%) pode ser considerada como um *link* cronológico. Isto é, o conteúdo compartilhado pelo usuário por meio do *link* foi publicado em dias anteriores à postagem do usuário. No restante dos comentários (30%), nota-se a presença de *links* relacionados, uma vez que eles direcionam para informações publicadas no mesmo dia em que o usuário comentou na página da Samarco, ou seja, a data da postagem é a mesma do conteúdo jornalístico compartilhado através do *link*.

A relação temporal entre os comentários e os *links* permite tecer algumas considerações sobre dinâmica configurada na página. O fato de os *links* serem cronológicos ou relacionados sugere que a disputa de sentidos, caracterizada pelo uso de *links*, aconteceu

<sup>177</sup> Nessa análise, três comentários foram desconsiderados, pois os *links* levam ou a uma página com acesso negado ou à página inicial de um portal de notícias, sem direcionamento específico para a matéria citada no *link*.

por meio de informações recentes sobre a ruptura da barragem. Sendo assim, os dados trazidos à tona eram atuais e se relacionavam com o contexto em que se dava a produção de sentidos, algo que também diz sobre a produção de sentidos. Isso porque em plataformas como o *Facebook*, há a divulgação de *links* com informações antigas como se fossem novas, o que pode induzir o usuário a um erro de interpretação ao não perceber esse apagamento do deslocamento temporal na página.

Além disso, ao se pensar na função desses *links* na dinâmica discursiva com base nas ideias de Díaz Noci (2011), é possível afirmar que esses são *links* contextuais, utilizados – como o próprio nome indica – para fornecer informações sobre o contexto do tema. Nesse viés, os *links* contextuais se relacionam com a possibilidade de ampliação de sentidos na construção discursiva e, sendo assim, não se restringem aos *links* de apropriação do discurso midiático.

#### Inserção de elementos multimidiáticos

Por meio da análise dos *links* é possível perceber que os usuários utilizam esse recurso também para inserir elementos multimidiáticos em seus comentários. Com o *link* de uma notícia, por exemplo, o usuário pode ter acesso a imagens, áudios, vídeos e infográficos, entre outros. A divulgação de *links* que direcionam diretamente para um vídeo é representativa dessa dinâmica na página.

Quadro 38 – Ambiente digital – uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
158.3	09/11/2015	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vg-t53pfsnU&amp;feature=share">https://www.youtube.com/watch?v=vg-t53pfsnU&amp;feature=share</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário mostrado no Quadro 38, o usuário divulga o *link* do vídeo hospedado no *YouTube* “Chamada para acordar”, uma “animação produzida por Steve Cutts, a respeito do impacto ambiental do crescente consumismo de eletrônicos e, principalmente celulares, no mundo”. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que ele traz à cena discursiva um elemento multimidiático – o vídeo –, busca ampliar os sentidos acerca da ruptura da barragem ao apresentar um tema correlato à mineração: o impacto ambiental gerado pelo consumo de eletrônicos que, por sua vez, são produzidos com derivados do minério de ferro.

Outro usuário utiliza o *link* de um vídeo para satirizar o comunicado oficial feito pelo diretor-presidente da Samarco sobre a ruptura da barragem (QUADRO 39).

Quadro 39 – Ambiente digital – uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
348	23/11/2015	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=otGeIrH81O8">https://www.youtube.com/watch?v=otGeIrH81O8</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ele compartilha o “melô do mentiroso” e, assim, traz para a cena discursiva – marcada por discussões sérias – um conteúdo com teor jocoso.

### *Links* usados pela Samarco

O primeiro *link* utilizado pela Samarco na publicação analisada não tem a função de direcionar o usuário a outra página – como o site da empresa –, mas para uma resposta que a mineradora havia dado ao mesmo usuário em um comentário anterior (QUADRO 40).

Quadro 40 – Ambiente digital – uso de *links* nas respostas da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12	05/11/2015	Pq vocês não pagam hotel para os desabrigados ficarem?
<b>12.1 Resposta Samarco</b>	06/11/2015	Oi, (nome do usuário). Os atingidos estão sendo realocados. Até o momento, 449 pessoas - representando 118 famílias - já foram encaminhadas para hotéis e pousadas da região. Nosso apoio aos atingidos continua através dos sete helicópteros que ajudam nos resgates e com entrega de kits de emergência, refeições e água.
13	05/11/2015	O mínimo é a Samarco arcar desde já com TUDO. Hospedagem, comida, material de higiene, etc
<b>13.2 Resposta Samarco</b>	06/11/2015	Oi, (nome do usuário). <b>Te respondemos aqui:</b> <a href="https://goo.gl/Me5cWL">https://goo.gl/Me5cWL</a>
13.3	06/11/2015	Ligamos no único hotel que vocês divulgaram e não tem nenhum desabrigado lá

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

Como é possível observar acima, após a mensagem publicada<sup>178</sup> pelo usuário (12), a empresa informa, por meio de uma de suas respostas-padrão<sup>179</sup>, a situação da alocação das vítimas e as ações assistenciais imediatas desenvolvidas. Após a resposta, o usuário intervém novamente na disputa de sentidos, e a empresa compartilha um *link* que direciona para a resposta dada a ele no comentário 12.1. Assim, no entendimento dos gerenciadores da *fanpage*, os questionamentos interpostos no segundo comentário sobre “hospedagem, comida,

<sup>178</sup> Antes dessa mensagem, o mesmo usuário havia publicado em um comentário anterior o seguinte questionamento: “E pq a mina de alegria ta funcionando?”. A mina de Alegria pertence à Vale e fica na mesma região da barragem de Fundão. A Samarco não se manifestou sobre esse comentário.

<sup>179</sup> As respostas-padrão da empresa serão abordadas de forma específica no tópico 4.4.1.7 - Disputa de sentidos: Empresa X Usuários.

material de higiene, etc.” já haviam sido contemplados por meio da resposta-padrão anteriormente divulgada. Diante disso, o usuário, por meio do comentário 13.3, traz à tona uma informação que (des)credibiliza a resposta dada pela Samarco: “Ligamos no único hotel que vocês divulgaram e não tem nenhum desabrigado lá”. Ante isso, a empresa não interage mais com o autor dos comentários e, além disso, não utiliza mais o compartilhamento de um *link* para replicar uma resposta dada anteriormente (QUADRO 40).

Os demais *links* utilizados pela Samarco são incluídos ao final de algumas das respostas-padrão da empresa e direcionam para o site dela (QUADRO 41).

Quadro 41 – Ambiente digital – uso de *links* nas respostas da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
<b>153.2</b> <b>Resposta Samarco</b>	07/11/2015	Oi, (nome do usuário). 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 irrestritamente para apurar as causas do acidente e mobilizando todos os nossos esforços nas atividades do <b>Plano de Ação Emergencial de Barragens</b> 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: <a href="http://www.samarco.com">http://www.samarco.com</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário da *fanpage* da Samarco.

Importante observar que os *links* incluídos nas respostas-padrão levam o usuário para a página inicial do site da empresa. Nesse sentido, a Samarco perde a oportunidade de trabalhar com *links* que poderiam possibilitar o aprofundamento da temática – específica – abordada na resposta-padrão. Considerando a tipologia proposta por Díaz Noci (2011) e tomando como base a resposta-padrão transcrita no Quadro 41, a mineradora poderia ter inserido um *link* documental, por exemplo, que levasse o usuário para o Plano de Ação Emergencial de Barragens. Além disso, o conteúdo relacionado ao mesmo documento poderia ter sido apresentado por meio de um vídeo ou infográfico inserido como *link*: o mesmo conteúdo em formato diferente, um *link* duplicado.

#### 4.4.1.2.3 Hashtags

Outra característica intrínseca aos processos de produção de sentidos constituídos no *Facebook* e em outras plataformas, como o *Twitter*, é a possibilidade de utilizar

*hashtags*<sup>180</sup>. Ao acessar a *hashtag*, o sujeito conecta-se a todo o conteúdo referente a um determinado assunto que esteja identificado por essa mesma marca. Ao se pensar na Comunicação Organizacional praticada em ambiente digital, a análise das *hashtags* registradas com relação a uma empresa pode gerar dados pertinentes sobre a imagem da instituição na plataforma, as demandas dos usuários, etc.

A cada inserção de uma *hashtag*, constroi-se um “arquivo” que abriga a escrita de diversos usuários sobre um mesmo assunto. Assim como explica Bicalho (2016), esse arquivo é dinâmico, caracterizado por uma transformação e atualização permanentes, uma vez que é constituído por meio da “[...] entrada/saída de novos registros e sua capacidade de conexões [...]” (BICALHO, 2016, p. 44).

Essa forma de classificação das *hashtags* transforma, então, a experiência cotidiana em uma série de dados que vão circular pelos ambientes programáveis, absorvendo a lógica do banco de dados. O que significa que esses rastros estão em permanente modificação, em permanente estado de construção de relatos (BICALHO, 2016, p. 45).

Na primeira postagem da Samarco analisada, foram identificadas 14 *hashtags*<sup>181</sup> (QUADRO 42).

Quadro 42 – *Hashtags* encontradas nos comentários à primeira postagem

<b><i>Hashtags</i><sup>182</sup> encontradas nos comentários da postagem Comunicado Oficial (vídeo)</b>	
#Samarco	#aValeTemQuePagar
#samarco	#Vergonhaalheia
#samarcoMineirão	#SamarcoCriminosa
#forasamarco	#NãoFoiAcidente
#capitalismo	#BrasilEmLutoPorMariana
#emoração	#NãoVamosEsquecer
#SAMARCO	#samarco #nossa #fonte #de #renda

Fonte: Elaboração própria.

Cada *hashtag* pode desempenhar diferentes funções na dinâmica discursiva; desse modo, é possível agrupá-las com base na análise dos aspectos comuns entre elas.

<sup>180</sup> *Hashtags* são palavras-chave precedidas do símbolo “#”. Elas são usadas para relacionar conteúdos referentes a um assunto específico e facilitar a associação entre pessoas que tenham o mesmo interesse.

<sup>181</sup> Além das *hashtags* apresentadas na tabela, consta, em um dos comentários (337), o uso do enunciado #FILHODAPUTA que não foi considerado para a análise em profundidade.

<sup>182</sup> Em dois casos, os usuários fazem uso de mais de uma *hashtag* em um mesmo comentário. As *hashtags* #Samarco e #samarco estão presentes no comentário 30 e as *hashtags* #forasamarco e #capitalismo no comentário 66.

### Hashtag #NãoFoiAcidente

A *hashtag* #NãoFoiAcidente aparece pela primeira vez na postagem analisada no comentário 265 (QUADRO 43), de 9 de novembro de 2015 e, depois, passar a ser uma marca da disputa de sentidos ao longo das postagens no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. No âmbito dessa discussão, Cazarin e Rasia (2014), com base nas ideias de Pêcheux (1990), afirmam que a “materialização discursiva” de um acontecimento se dá por meio de um “enunciado coletivo” que “[...] instaura a ruptura e, ao mesmo tempo, provoca o confronto discursivo” (CAZARIN; RASIA, 2014, p. 203). Nesse sentido, é possível conceber a *hashtag* #NãoFoiAcidente como um enunciado coletivo que caracteriza o rompimento como um acontecimento discursivo.

Quadro 43 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
265	09/11/2015	#NãoFoiAcidente

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nessa mensagem, o usuário entende que apenas a *hashtag* #NãoFoiAcidente é o suficiente para demarcar, na disputa de sentidos, o seu posicionamento. Tal compreensão está fundada na Formação Imaginária que este sujeito atribui para si e para os demais usuários: ele parte do pressuposto que seus interlocutores apreenderão o significado da *hashtag* no contexto da troca languageira.

Nesse sentido, afirmar que #NãoFoiAcidente aciona, naquele momento, uma gama de sentidos ampla, em que está inscrita, por exemplo, a culpabilização da Samarco pelo rompimento. Ao mesmo tempo, o uso dessa *hashtag* também se configura como uma resposta à empresa, uma tentativa de desconstrução do discurso institucional em que até o dia 5 de dezembro de 2015 – um mês após a ruptura da barragem – ainda se fazia referência ao ocorrido como “acidente”. Assim, a *hashtag* está ligada à compreensão da Samarco como uma empresa negligente – um novo dizer possível a partir do acontecimento discursivo.

### Hashtag #Samarco e suas variações

Com o uso da *hashtag* #Samarco e de suas variações, o usuário vincula o seu enunciado a tudo o que já foi dito sobre a empresa no *Facebook* e identificado por essa mesma *hashtag*, o que contribui para a criação de um arquivo na plataforma.

Quadro 44 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
30	05/11/2015	Estou indignada por saber que as vítimas são sendo levadas para abrigos improvisados. Que esteja acontecendo campanha para arrecadar alimentos para essa população. <b>É dever da #Samarco</b> levar todos para acomodações decentes em hotes pousas e arcar com todas as despesas. Se estas pessoas não estão no conforto de suas casa e responsabilidade da <b>#samarco</b> . Vai apurar os culpados? Isso é bom, mas posso afirmar que não é nenhum daquele moradores

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 30 (QUADRO 44), o usuário a utiliza como forma de reforçar que “É dever da #Samarco” prestar auxílio às vítimas. Isso porque a empresa é a responsável pelo ocorrido: se os atingidos precisaram abandonar as suas casas, a culpa é da Samarco. Assim, o uso dessa *hashtag* pode ser interpretado como uma demarcação responsabilização da empresa pelo ocorrido. O usuário liga o nome da mineradora à sua fala como um ato de denúncia, em que se informa o nome da empresa envolvida. A ação também pode ser compreendida como um reforço à condição de propósito (CHARAUDEAU, 2009b) em torno da qual o ato de linguagem se constituiu: os usuários estão ali para falar sobre a ruptura da barragem da #Samarco. Os sujeitos destacam um aspecto do “macro-tema” (a ruptura da barragem de Fundão) para evidenciar do que se trata aquelas discussões.

Entre os comentários, também se observa o uso da *hashtag* #samarcoMineirão. Por meio do seu discurso, o usuário busca desconstruir a ideia de que somente a população está se empenhando no auxílio às vítimas: “a solidariedade aos atingidos está acontecendo por todos e pela #samarcoMineirão” (QUADRO 45).

Quadro 45 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
106.2	07/11/2015	Graças a deus apesar do ocorrido a solidariedade aos atingidos está acontecendo por todos e pela <b>#samarcoMineirão</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Com base na análise da mensagem em que consta a *hashtag* (QUADRO 45), é possível depreender que houve um erro de digitação por parte do usuário que, provavelmente, queria fazer referência à “Samarco Mineração”. Para criar o arquivo com as *hashtags*, o algoritmo do *Facebook* analisa a correspondência entre elas e associa, em um único lugar, as que possuem o mesmo texto. Para isso, a plataforma não diferencia o uso de letras maiúsculas e/ou minúsculas (o usuário poderia ter escrito #SAMARCOmineração), nem a acentuação das

palavras (o algoritmo também reconheceria a escrita #samarcoMineracao). No entanto, devido ao erro de digitação (o texto do usuário acima tem a palavra “Mineirão”), essa *hashtag* desassocia-se das demais e, por isso, não é registrada no arquivo das *hashtags* que foram entendidas, nesta análise, como “afins”.

*Hashtags* #SamarcoCriminosa, #Vergonhaalheia e #forasamarco

As *hashtags* #SamarcoCriminosa, #Vergonhaalheia e #forasamarco evidenciam, na construção discursiva, o modo como a ruptura da barragem de Fundão – como acontecimento discursivo – ensejou a emergência de novos dizeres possíveis sobre a Samarco.

Quadro 46 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
229	08/11/2015	#SamarcoCriminosa

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

No comentário acima, o usuário atribui o adjetivo “criminosa” à Samarco, algo que evidencia o rompimento com os sentidos estabelecidos – de uma empresa séria e responsável – e o estabelecimento de novos dizeres possíveis relacionados à mineradora. Nesse contexto, a Samarco também provoca um sentimento de vergonha diante da fala do diretor-presidente (#Vergonhaalheia) e surgem discursos mais radicais que defendem a saída da mineradora, como é possível observar na *hashtag* #forasamarco.

*Hashtag* #samarco #nossa #fonte #de #renda

Por outro lado, outros usuários se apropriam das *hashtags* para se manifestarem a favor na empresa na disputa de sentidos.

Quadro 47 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
357	03/12/2015	A samarco e responsavel pelo fato ocorrido mas gente o diretor n e deus pra prever o acidente pq vcs fikam ai acusando ele de assassino ele e apenas empregado n e o dono da empresa parem de punir lo dessa forma a empresa tem culpa <b>mas se ela fechar cm a regio vai se manter hem</b> cm as familias vao trabalha por mais que a tragedia aconteceu <b>a vida continua dependem da mineracao pra por alimento em suas casas nos de fora e muito facil punir mas quem mora na regio sabe bm que a unica fonte de emprego ali na regio</b> e a samarco e a vale devemos protesta apenas pra q novas tragedias n aconteca so isso pois hostiliza o diretor n vai fazer a barregem volta e refazer o bento rodrigues <b>sou a favor da samarco volta suas atividades #samarco #nossa #fonte #de #renda n pode sair de nossa regio tenho orgulho de trabalha na unidade de germano e em breve espero volta a trabalha nesta unidade</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como é possível observar, esse usuário ancora seu discurso à dependência econômica que a cidade tem em relação à atividade mineradora (QUADRO 47). Ele constrói o seu ponto de vista utilizando questionamentos sobre como seria a vida sem a mineração na região onde a Samarco atua: “mas se ela fechar cm a regio vai se manter hem”. Ao expor alguns de seus traços identitários (ele afirma que é da região e que trabalha na Samarco), embasa seu discurso em um conhecimento empírico que possui sobre o papel que a atividade mineradora exerce como geradora de emprego e renda na cidade. Com base nisso, resume o seu posicionamento por meio da *hashtag* #samarco #nossa #fonte #de #renda: com o rompimento da barragem, há a possibilidade de encerramento das atividades da empresa e, conseqüentemente, demissão de funcionários.

Além disso, é possível depreender que a *hashtag* #samarco #nossa #fonte #de #renda evidencia a memória discursiva relacionada à Samarco como empresa “provedora”, que não é totalmente apagada pela emergência do acontecimento discursivo.

Por conseguinte, para que haja ruptura é preciso que haja antes estrutura, repetição. Não se trata aqui de pensar em um apagamento dos sentidos já-lá. Não se trata tampouco de optar pela estrutura ou pelo acontecimento. Ao contrário. Ambos têm seu funcionamento próprio e distinto. Sem estrutura não há acontecimento e a ruptura não implica o apagamento da memória. Se houvesse apagamento, não haveria a possibilidade de construção de uma memória social. É a permanência dos já-sabidos que possibilita que sentidos outros ressoem, mesmo quando sentidos novos se fazem ouvir (INDURSKY, 2003, p. 119).

Importante ressaltar, porém, que o usuário escreve as diferentes palavras que compõem a *hashtag* de forma separada e intercaladas pelo símbolo “#”. Isso faz com que esse enunciado, considerado aqui como uma *hashtag* para fins de análise da produção de sentidos,

não seja direcionado para o arquivo da plataforma de forma unificada. Nesse caso, cada palavra será associada a um arquivo diferente na plataforma.

### *Hashtags* #capitalismo e #aValeTemQuePagar

Outras duas *hashtags*, #capitalismo e #aValeTemQuePagar, cumprem a função de ampliar os sentidos relacionados à ruptura da barragem de Fundão. Isso porque trazem para a construção discursiva temas (o capitalismo) e atores sociais (a Vale) que complexificam a disputa de sentidos ao apresentar outras variáveis – que também ensejam novas estratégias discursivas.

Esse movimento de alargamento dos sentidos possíveis pode ser exemplificado pelo uso da *hashtag* #capitalismo (66), que relaciona a atividade mineradora a um contexto mais amplo, em que estão inscritos fatores socioeconômicos (QUADRO 48).

Quadro 48 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
66	06/11/2015	Além de retirar nossa matéria prima e vender para outros países a preço de banana , tiram vidas , sonhos de pessoas humildes que só queriam viver onde nasceram e cresceram , o prejuízo social e grande tal qual o ambiental ! #forasamarco # <b>capitalismo</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

A *hashtag* presente no comentário 66 (QUADRO 48) condensa o entendimento do usuário no tocante à atividade mineradora: para ele, determinada pelos modos de produção capitalista e geradora de prejuízos socioambientais. Ela demarca, também, um posicionamento que destaca materialização da ideologia nos discursos observáveis na página, o que evidencia o modo como os fatores linguísticos e sociais estão presentes de forma inerente na construção discursiva (BRANDÃO, 2004).

### *Hashtags* #emoracao, #NãoVamosEsquecer e #BrasilEmLutoPorMariana

Essas três *hashtags* evidenciam as diferentes maneiras como a ruptura da barragem de Fundão gerou manifestações de envolvimento com a “causa” na *fanpage*, seja de forma individual ou de um modo que se pretende coletivo. A *hashtag* #emoracao dá relevo à sensibilização pessoal do usuário diante do ocorrido. Já as *hashtags* #NãoVamosEsquecer e #BrasilEmLutoPorMariana reforçam a gravidade do caso e buscam evidenciar que se trata de uma fala em nome de muitos: (Nós)#NãoVamosEsquecer.

Quadro 49 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
297	11/11/2015	Vai levar décadas para recuperar o Rio Doce que é mt importante na bacia hidrográfica de 222 municípios, e agora? a população vai beber agua com minério pesado? A pesca, a fauna, a flora? A vida dos seres humanos que vivem da terra?? As vidas que foram perdidas que não tem mais volta?? Acidente lamentáve????? ISSO FOI CRIME <b>#BrasilEmLutoPorMariana</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

No comentário apresentado no Quadro 49, o usuário destaca a seriedade dos danos ambientais por meio de uma série de interrogações – que não recebem uma resposta da Samarco. Com base no entendimento de que não foi um acidente, mas um crime, ele ressalta a repercussão do caso por meio da *hashtag* #BrasilEmLutoPorMariana. No contexto da produção de sentidos, o enunciado representa a comoção que a ruptura da barragem gerou em todo o país que, diante do ocorrido, está “em luto”. Nesse viés, a *hashtag* representa a comoção nacional frente ao caso.

Após a análise das *hashtags* e a construção de apontamentos sobre a função que cumprem na dinâmica discursiva dessa primeira postagem, é possível apresentar um Quadro 50 que resume as discussões empreendidas até aqui sobre o uso das *hashtags*.

Quadro 50 – *Hashtags*<sup>183</sup> encontradas nos comentários da postagem Comunicado Oficial (vídeo) e a função que cumprem na dinâmica discursiva

Enunciado coletivo	Reforço à condição de propósito (CHARAUDEAU, 2009b) do ato linguageiro	Novos dizeres possíveis	Abertura dos sentidos	Marca do envolvimento do usuário
#NãoFoiAcidente	#Samarco	#forasamarco	#capitalismo	#emoração
	#samarco	#SamarcoCriminosa	#aValeTemQuePagar	#BrasilEmLutoPorMariana
	#SAMARCO	#Vergonhaalheia		#NãoVamosEsquecer

Fonte: Elaboração própria.

<sup>183</sup> Para a elaboração desse quadro não foram consideradas as *hashtags* #samarcoMineirão e #samarco #nossa #fonte #de #renda por elas não serem consideradas pela plataforma como arquivos “válidos”.

#### 4.4.1.2.4 Emojis

Ainda no que se refere às especificidades da produção de sentidos no ambiente digital, é preciso abordar o uso dos *emojis*. O *Facebook* disponibiliza diversos tipos de *emojis* que representam expressões e pessoas, animais e natureza, alimentos e bebidas, atividades em geral, viagens e lugares, objetos, símbolos e bandeiras, entre outros. Além disso, a cada atualização do algoritmo, a plataforma libera novos *emojis* para uso dos usuários. No comentário 50 (QUADRO 51), o usuário insere um *emoji* que representa uma pessoa chorando:

Quadro 51 – Ambiente digital - *emojis*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
50	06/11/2015	<b>Lamentável</b> oque aconteceu... Colocar as pessoas em abrigos deve ter sido a primeira coisa que eles pensaram na hora do desespero. Acredito que eles queriam era salvar vidas rapidamente, foi erro de alguém? Não sei, mais isso não importa agora, <b>oque importa mesmo é pensar nas famílias que perderam entes queridos</b> . Vamos nos unir em oração e <b>pedir que Deus conforte o coração de cada um que sofre com esse acontecimento</b> . Deus sabe de todas as coisas. 😭

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Nota-se, ao longo do texto, uma manifestação da tristeza do usuário frente ao ocorrido. Ele lamenta e faz referência aos familiares que perderam seus entes queridos e que, diante desse sofrimento, devem receber o “conforto divino”. Nesse sentido, o *emoji*, em apenas uma “expressão”, cumpre a função de expressar o sentimento de tristeza, algo que caracteriza a fala do usuário. Nesse viés, pode ser compreendido como um elemento sintetizador do discurso do usuário: uma “figura-resumo” que concentra em uma imagem parte do teor do discurso do usuário.

Em outros casos, os usuários entendem que somente o uso do *emoji* já é o suficiente para, no contexto da dinâmica discursiva, atuar na disputa de sentidos.

Quadro 52 – Ambiente digital - *emojis*

Ambiente digital – <i>emojis</i>		
Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
103.3	06/11/2015	Acorda, Wesley.
103.4	06/11/2015	😂

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Na sequência de mensagens do Quadro 52, o autor do comentário 103.4, utiliza o *emoji* “Chorando de rir”, para se colocar de forma irônica frente ao comentário de outro sujeito. Nos casos em que o *emoji* aparece junto ao texto, eles desempenham o papel de dar ao discurso um tom irônico: o *emoji* contradiz o que está dito no texto e, assim, agrega uma nova “camada” de sentidos ao discurso.

#### 4.4.1.2.5 Ações de configuração da *fanpage*

A Samarco disponibiliza na sua *fanpage* a “Política de Relacionamento da Página” (FIGURA 10). No texto, a empresa estabelece as normas que regem o seu relacionamento com os usuários e dá destaque às condutas que não são permitidas na *fanpage*. Ao se pensar nas discussões no âmbito da AD, é possível depreender que nesse documento a empresa apresenta as condições que norteiam o ato de comunicação constituído na sua página, o que revela a dimensão da noção de “Contrato de comunicação” nesse contexto. A partir do documento, o sujeito tem ciência sobre as possibilidades e limitações – além daquelas características da plataforma *Facebook* – que se colocam para ele.

### Figura 10 – Política de Relacionamento da Página<sup>184</sup>

Bem-vindo à página oficial da Samarco no Facebook.

Nós acreditamos que as mídias sociais são um importante espaço para relacionamento da empresa com todos os seus públicos. Aqui você vai encontrar uma série de informações sobre a Samarco e o nosso dia a dia.

Fique à vontade para participar e interagir com os conteúdos desta página. Como parte do nosso compromisso de manter uma relação de respeito mútuo com os usuários, esclarecemos que este espaço é moderado. Assim, serão removidos todos os comentários que:

- Desrespeitem os princípios éticos da empresa;
- violem leis, normas e regulamentos;
- violem direitos de propriedade intelectual;
- sejam agressivos, ofensivos ou obscenos;
- sejam fraudulentos e difamatórios;
- induzam os usuários ao erro;
- reproduzam o mesmo conteúdo mais de uma vez;
- contenham spam, propagandas e conteúdos que não estejam relacionados com os temas abordados na página.

Da mesma forma, perfis que mantiverem uma postura em desacordo com as leis brasileiras, com a ética ou com a moralidade serão bloqueados.

Vale ressaltar que os comentários feitos na página oficial da Samarco no Facebook são de inteira responsabilidade dos seus autores e, não necessariamente, dizem respeito à posição da empresa. A Samarco não se responsabiliza por conteúdos produzidos pelos usuários.

Estaremos à disposição por meio deste canal de segunda à sexta-feira, das 8h às 19h. As postagens serão respondidas em até 48 horas úteis.

Obrigado.

Fonte: *Facebook* da Samarco.

Como é possível perceber, a mineradora parte de um pressuposto de respeito mútuo – entre ela e os usuários – e esclarece que a página é moderada. Com base nisso, apresenta os casos em que os comentários serão removidos da página. De acordo com Ferreira (2017), o usuário que não respeita as “regras” explícitas no documento é informado e o seu comentário é ocultado na página. A Samarco não faz uso do filtro de difamação<sup>185</sup>, disponibilizado pelo *Facebook*, e o acompanhamento é feito de modo manual pelos

<sup>184</sup> Imagem gerada por meio da captura de tela (*print screen*). Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/samarco-minera%C3%A7%C3%A3o/pol%C3%ADtica-de-relacionamento-da-p%C3%A1gina/1714991082051040>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

<sup>185</sup> Por meio do Filtro de Difamação “É possível bloquear níveis diferentes de linguagem ofensiva em sua Página”. Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc_fnav)>. Acesso em: 7 dez. 2016.

responsáveis pelo gerenciamento da página. Ferreira (2017) relata que somente uma vez um usuário foi banido por atuar como um *hater*<sup>186</sup> na página.

No entanto, existem outras formas de moderação da página que não estão explicitadas na Política de Relacionamento da Página. Como exemplo, é possível citar o bloqueio feito pela Samarco do sistema de avaliação “cinco estrelas” na *fanpage*. A retirada dessa ferramenta de manifestação dos usuários aproxima-se da ideia de um silenciamento. Ao bloqueá-la, a empresa restringiu o acesso dos usuários a espaços de manifestação e acabou por censurar, de certo modo, a disputa de sentidos na página.

Ao se pensar nas ações de configuração da *fanpage* é preciso atentar também para a questão da possibilidade de “edição” dos discursos institucionais no ambiente digital. Isso porque, nesse espaço, apesar dos “rastros” deixados pelos sujeitos entre eles, o texto, é possível que o conteúdo seja editado ou até mesmo apagado. De acordo com Ferreira (2017), as postagens da Samarco não são editadas após a publicação, por isso a adoção de um fluxo de aprovação de conteúdo “criterioso”. Sendo assim, independentemente da reação dos usuários frente à publicação, ela não é modificada: “‘Ah, não, estão xingando demais, vamos apagar’. Isso não existe” (FERREIRA, 2017). Sobre essa ação, a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco se recorda apenas de uma vez em que foi preciso ocultar um *post* por um erro, que foi identificado logo após a publicação e “pouquíssima gente” havia visualizado.

#### 4.4.1.3 Memória discursiva

Baseado na perspectiva de Orlandi (2012), em que a memória discursiva é entendida como constituinte das condições de produção, é preciso buscar, no mapeamento dos discursos, como o já-dito está presente na fala dos usuários. Assim, manifesta-se nos discursos um entendimento sobre a Samarco que não foi constituído somente ali, a partir da ruptura da barragem de Fundão, mas é resultado daquilo que já foi dito sobre a empresa. Assim, emergem dois entendimentos sobre a empresa – e a sua história – que reverberam na fala dos usuários.

A primeira diz respeito à imagem construída de uma empresa séria, responsável social e ambientalmente e que oferece boas condições ao trabalhador.

---

<sup>186</sup> Em livre tradução, “odiador”. O termo é usado para fazer referência aos sujeitos que disseminam discursos de ódio na internet.

Quadro 53 - Memória discursiva - empresa séria

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
26.2	06/11/2015	Obrigada por responder meu questionamento. Sabemos da importância da empresa para a economia brasileira. .. <b>Queremos acreditar q a samarco não desampará as vítimas pois é uma empresa séria.</b> ..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

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse viés, o autor do comentário 26.2 (QUADRO 53) evidencia a sua confiança na Samarco, “pois é uma empresa séria” com base em um saber (na verdade, o já-dito que reverbera em seu discurso). O usuário ainda associa, em seu discurso, como forma de ratificar o seu posicionamento, a importância da mineradora para a economia brasileira. Tal abordagem aciona um contexto mais amplo do que somente o da ruptura da barragem. Nele, destaca-se a outra “qualidade” da instituição, pois ela movimentou a economia e gera empregos para o país.

Essa visão está ancorada em um entendimento da Samarco como empresa que tem um compromisso socioambiental, oferece boas condições aos trabalhadores e presta serviços à sociedade, conforme pode ser visto no Quadro 54, a seguir:

Quadro 54 – Memória discursiva - empresa séria

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário (trecho)
355	01/12/2015	<b>Empresa que sempre prestou grandes serviços a Sociedade com Hospitais , escolas ! Escolas técnicas , ajudando no que pode o entorno dela ! Sempre se preocupando com Segurança sèriamente , com meio ambiente! Uma empresa onde todos ambicionam trabalhar ! Considerada a número 1 no mundo da Mineração em Qualidade , com diversos prêmios !</b> Pena este massacre atual ! <b>Empresa na qual quem trabalha tem orgulho de estar , porque sabe se está lá é muito bom</b> e prestou um concurso e Crivo severo ! Devemos pensar nas qualidades da empresa que sempre foi de primeira linha ! O quanto toda a Sociedade vai sofrer com o fracasso dela ! Não somente quem trabalha , mas todos indiretamente vão ser atingidos ! <b>Mais de 600 mil pessoas !e até mesmo o governo do estado e Federal, que ganha muito com seu funcionamento !</b> Se deixar a Samarco fazer ela faz ! <b>Quem a conhece sabe disso !</b> Agora o Governo Federal e do estado querem por a mão na grana ! Não se sabe pra onde isso vai ! Devemos lembrar Lava jato está aí ! Agora todo mundo é pescador ! Assim a Samarco não fica de pé! <b>E a MISÉRIA que se encontra nossa Sociedade pelas ações e Herança do nosso PT vai arrasar com muita gente ,a Samarco esta sem dinheiro para pagar salários de seus funcionários.VAI SER MUITO PIOR se ela fechar!</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse comentário, o usuário inicia a sua fala com vistas a evidenciar que a Samarco presta “grandes serviços à sociedade” e, além disso, gerencia com seriedade as questões relacionadas à segurança e ao meio ambiente. No que se refere às condições trabalhistas, o usuário lembra que ela é uma empresa para a qual as pessoas desejam trabalhar e pela qual os funcionários têm um sentimento de orgulho, porque é “boa para se trabalhar”. O usuário, que se coloca como alguém que “conhece” a empresa, ainda traz para a discussão questões relacionadas ao seu posicionamento político – o que dá relevo à dimensão da ideologia no discurso – e vincula seus dizeres à dependência econômica pela atividade: “a Samarco esta sem dinheiro para pagar salários de seus funcionários.VAI SER MUITO PIOR se ela fechar!”.

Por outro lado, nota-se, no processo de produção de sentidos, a ligação da Samarco, como mineradora, a uma imagem relacionada à exploração trabalhista e aos impactos ambientais. Assim, existe uma memória discursiva diferenciada em relação às empresas de outros ramos. Isso porque é uma mineradora e possui, junto à sua imagem, questões relacionadas, por exemplo, à degradação ambiental, que podem se apresentar como parte da memória discursiva dos sujeitos.

Quadro 55 – Memória discursiva - empresa exploradora

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
28	06/11/2015	Vcs tem dívida eterna!Enquanto isso vcs nem sabem a quantidade de pessoas que ali trabalhavam no momento. <b>As condições trabalhistas são as piores!Exploram o povo, exploram a natureza principalmente pobres, comunidades dos povos tradicionais, quilombolas, indígenas... Enquanto só pensam em \$\$\$ lucros. Objetivo é enriquecer o capital!</b> Sem volta!Queremos nossas serras livres dessa treva!!!!Vcs não prestam!Vcs vão ter que pagar a dignidade da vida de todas as pessoas dessas famílias e seres vivosE essa de abriga-los em alojamento é a coisa mais estúpida que estou ouvindo.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nessa conjuntura, os usuários desconstruem a imagem edificada pela Samarco. O autor do comentário 28 (QUADRO 55) traz à tona a questão da exploração trabalhista e dos danos ambientais. Além disso, faz menção aos impactos gerados pela atividade mineradora e suas consequências para as minorias sociais. Importante notar que ele faz questão de citar cada uma dessas minorias – pobres, comunidades dos povos tradicionais, quilombolas, indígenas – como em uma tentativa de destacar a presença desses atores sociais, por vezes colocados à margem da sociedade, como os principais prejudicados pelas ações das Samarco desenvolvidas com vistas a obter lucros e alicerçadas pela lógica do capitalismo.

Importante ressaltar que os conflitos relacionados à presença da atividade mineradora sempre “estiveram lá”, mas emergiram de forma contundente somente a partir da ruptura da barragem de Fundão, como acontecimento discursivo que enseja novos dizeres possíveis.

Apesar de o rompimento da barragem ter causado diversas violações de direitos humanos<sup>187</sup> nas cidades afetadas pela enxurrada de lama da barragem de rejeitos do Fundão, a mineração já causa na região de Mariana diversos conflitos socioambientais desde muito antes (ANDRADE *et al.*, 2016, p. 2).

Ainda no que diz respeito às condições trabalhistas, o autor do comentário 202.3 (QUADRO 56) baseia sua fala em uma experiência pessoal.

Quadro 56 – Memória discursiva – empresa exploradora

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
202.3	09/11/2015	trabalhei nessa merda. todo dia respirava pó de ferro da mina de alegria. melhor coisa que fiz na vida foi pedir demissão

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ao se pensar no Contrato de Comunicação, o sujeito traz à tona a dimensão da condição de identidade, traços identitários que influenciam no ato de comunicação (CHARAUDEAU, 2009b). Ele afirma ser um ex-funcionário da empresa e, nesse sentido, possui um “conhecimento de causa” para dizer sobre a situação dos trabalhadores. Por meio do seu discurso, evidencia o desprezo que possui pela Samarco e revela que as condições de segurança dos funcionários era inadequada: “todo dia respirava pó de ferro da mina de alegria”. Nesse viés, a sua condição de identidade se constitui como uma estratégia de legitimação, pois ele tem o domínio sobre o tema e uma experiência que ancora o seu discurso.

Nos comentários, também está presente uma memória discursiva sobre a própria atividade mineradora e sua relação com o estado de Minas Gerais.

<sup>187</sup> De acordo com Andrade *et al.* (2016, p. 2), entre os direitos violados estão: “[...] direito à vida, à água, direito à moradia, direito ao trabalho, direito à saúde e o direito a viver em um meio ambiente saudável (vida e integridade física, moradia adequada, informação e recurso jurídico efetivo)”.

Quadro 57 – Memória discursiva – atividade mineradora<sup>188</sup>

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
189	07/11/2015	Desgosto de morar num estado que se chama <b>MINAS Gerais...</b> Triste sina essa de vender minério barato às custas de vidas humanas e degradação ambiental...
194	07/11/2015	Fora <b>minas não precisa de mineradoras</b> . São mais de 350/anos rasgando nossas terras mandando nossas riquezas para o exterior. Fora mineradoras. Empresas imundas imprestáveis para a sociedade

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Tal vínculo se faz presente no próprio nome do estado “MINAS Gerais...”, como destaca o autor do comentário 189 (QUADRO 57). O usuário associa essa atividade à desvalorização das riquezas naturais do estado, uma vez que o minério é vendido barato. Por outro lado, paga-se um alto preço, “às custas de vidas humanas e degradação ambiental”. Toda essa dinâmica se resume a uma “Triste sina” a qual parece estar fadado o estado de Minas Gerais.

O autor do comentário 194 (QUADRO 57) também inicia a sua fala fazendo menção ao nome do estado “minas” e as empresas “mineradoras”. O usuário lembra o quanto o estado, desde os tempos áureos do ouro, está associado à exploração mineral, são séculos de exploração extrativista “rasgando nossas terras mandando nossas riquezas para o exterior”. Nesse viés, a mineração é uma atividade que, por suas características intrínsecas, é desenvolvida em um espaço de tensão no qual interesses econômicos e sociais se colocam em disputa. “São vários os benefícios da mineração, porém o modelo de extração no qual se baseia sua atividade tem causado impactos ambientais, conflitos de uso do solo e, principalmente, alterações na paisagem” (MENDES, 2015, p. 52).

#### 4.4.1.4 Novos dizeres possíveis

A ruptura da barragem de Fundão desestabiliza o interdiscurso relacionado à Samarco que sustentava a imagem de uma empresa séria e que gerenciava os seus processos de forma correta, com respaldo de prêmios e reconhecimentos adquiridos por ela ao longo do tempo. Nesse contexto, novos dizeres possíveis sobre a empresa irrompem a linearidade dos sentidos.

<sup>188</sup> Por outro lado, emergem discursos que fazem menção à mineração por meio de uma memória discursiva “positiva” sobre essa atividade, quase sempre vinculados aos benefícios econômicos trazidos por ela ou associados à necessidade dessa atividade para a subsistência humana. Essa “forma de dizer” sobre a mineração é entendida, no contexto deste trabalho, como uma estratégia discursiva e será tratada de forma específica em um tópico posterior.

Quadro 58 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
226	08/11/2015	Deveriam se chamar <b>LAMarco</b> .
299	11/11/2015	Como é possível um crime desse ficar impune?As palavras desse diretor provocam ódio...ódio por tanta impunidade.Ele fala meia duzia de palavras mentirosas e fica por isso mesmo? quem tá querendo proteger quem???O pais vai ficar prejudicado, mais uma vez, por essas <b>quadrilhas, bando de ladrões.CRIMINOSOS!</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nos comentários do Quadro 58, observa-se essa nova forma de dizer sobre a mineradora. O autor do comentário 226 se apropria do nome da empresa para vinculá-lo à palavra “lama”. Tal ação revela a maneira como os sentidos acerca da Samarco, após o ocorrido, assumem outros contornos em que estão presentes temáticas como lama, morte, destruição ambiental, etc. Nesse viés, o autor do comentário 299 materializa a sua indignação por meio de adjetivos que atribuem à empresa a posição de criminosa.

Essas mensagens revelam como o processo de discursivização sobre a ruptura da barragem de Fundão possibilitou a emergência de novos dizeres possíveis e, conseqüentemente, o entendimento do fato como um acontecimento discursivo. Isso porque o rompimento estabelece um “marco” (FERREIRA, M., 2005 *apud* SCHWAAB, 2011) sob o qual uma nova gama de sentidos passou a integrar a construção discursiva.

#### 4.4.1.5 Os sentidos e as palavras

Como afirma Charaudeau (2009c, p. 41), “O sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social”. É pertinente, então, abordar como se deu a atribuição de sentidos às palavras que, por meio do gesto de leitura da AD, mostram-se representativas da disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco.

Ao se referir à população afetada pela ruptura da barragem, observa-se uma constância na forma como os usuários entendem esses sujeitos ou o conjunto formado por eles. Eles são nomeados como “atingidos”, “sobreviventes”, “desabrigados”, “vítimas”, “pessoas”, “comunidade” e “população”.

Quadro 59 – Referência à população afetada pela ruptura da barragem

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5.1.	05/11/2015	Um empresa seria, colocaria os <b>atingidos</b> pelos danos em um hotel e nao em abrigos necessitando de doacoes.
6	05/11/2015	O mínimo que a samarco deve fazer é acomodar os <b>sobreviventes</b> em hotéis....
7	05/11/2015	Os <b>desabrigados</b> que já foram socorridos vocês deveriam organizar uma acomodação decente ainda hoje para todos eles. Não deixem para depois. É agora
46	06/11/2015	Tomem tenência e auxiliem de maneira digna as <b>vítimas</b> do acidente! Deixar as pessoas irem para galpões e depender de doações é no mínimo
102	06/11/2015	Não adianta falar, as <b>pessoas</b> precisam de cama, chuveiro e comida, refazer a vida digna depois dessa tragédia trazida para elas. Penso que elas precisarão refazer as vidas, vocês são responsáveis por isso. As pessoas não esquecerão o que foi feito pela Samarco Mineração, o ontem e o hoje são determinantes, tanto para o bem quanto para o mal.
52	09/11/2015	SAMARCO, vocês terão que , NO MÍNIMO, ressarcir toda essa <b>comunidade</b> , todas essas pessoas, o meio ambiente, os animais. Esta tragédia é fruto de incompetência desta empresa. As organizações não governamentais, o Ministério Público Federal - MPF e Estadual irão ingressar em juízo exigindo reparação dos danos causados.
297	11/11/2015	Vai levar décadas para recuperar o Rio Doce que é mt importante na bacia hidrográfica de 222 municípios, e agora? a <b>população</b> vai beber agua com minério pesado? A pesca, a fauna, a flora? A vida dos seres humanos que vivem da terra?? As vidas que foram perdidas que não tem mais volta?? Acidente lamentáve????? ISSO FOI CRIME #BrasilEmLutoPorMariana

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio dos comentários, é possível perceber que essas formas de fazer referência estão relacionadas a um entendimento dessas pessoas como vítimas do ocorrido e que, por isso, merecem receber toda assistência por parte da empresa. Apesar de utilizarem palavras distintas para falar da população, os usuários não diferem a representação que construíram para os afetados pela ruptura da barragem. Nesse contexto, palavras diferentes adquirem sentidos semelhantes na disputa de sentidos analisada.

O entendimento dos afetados pela ruptura como vítimas aciona a necessidade de atribuir a alguém ou a alguma coisa (no caso de um desastre natural, por exemplo) a culpa pelo ocorrido. Nesse aspecto, por meio da análise da *fanpage*, observa-se que o posicionamento dos usuários se difere. Eles utilizam diferentes palavras para se referir ao rompimento, entre elas, “desgraça”, “acontecimento”, “fatalidade”, “genocídio”, “assassinato”, “catástrofe”, “crime”, além de “acidente” e “tragédia” – estas duas últimas identificadas em diversos comentários.

No contexto da produção de sentidos, a presença dessas palavras nos discursos relaciona-se ao modo como os usuários entendem a responsabilização da empresa pelo fato:

desde os mais amenizadores – como a ruptura vista como uma fatalidade – até as acusações mais graves, que comparam o ocorrido a um genocídio. Para fins deste exercício, dá-se relevo aos sentidos atribuídos às palavras “acidente” e “tragédia” na *fanpage* da Samarco.

#### 4.4.1.5.1 Referência ao ocorrido: “acidente”

No comunicado oficial (QUADRO 60), o diretor-presidente da Samarco, Ricardo Vescovi, evidencia o posicionamento de uma empresa responsável socialmente e que, em respeito aos seus públicos – ele faz questão de citar um por um, a começar pelas autoridades – firma o compromisso manifesto de informar à sociedade sobre o que ele chama de “acidente”.

Quadro 60 – Referência ao ocorrido - acidente

Data	Conteúdo do comunicado oficial (trecho)
05/11/2015	Como presidente da empresa, reforço o nosso compromisso com a transparência no fornecimento das informações, mantendo sempre <b>autoridades, comunidades, fornecedores, clientes, imprensa, a sociedade em geral</b> informada sobre as proporções dos avanços na contenção desse <b>acidente</b> . Nós lamentamos profundamente e estamos muito consternados com o acontecido, mas nós estamos absolutamente mobilizados para conter os danos causados por esse <b>trágico acidente</b> .

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Pelo gesto de leitura da AD, o uso da palavra “acidente”, nesse contexto, pode ser entendido como uma forma de desvincular a ação – a ruptura da barragem – de um causador, do mesmo modo em que se denomina como acidente um desastre natural, por exemplo<sup>189</sup>. Assim, apesar de evidenciar o envolvimento da empresa para conter os danos e prestar assistência às vítimas, ao longo de todo o comunicado, o diretor-presidente se refere à ruptura como “acontecido”, “ocorrido” e “acidente”, palavras que, no contexto da produção discursiva, levam a uma impessoalidade ao se pensar nas causas que levaram ao rompimento. Ou seja, apesar de oferecer apoio aos atingidos, o diretor-presidente não atribui à Samarco a culpa pelo fato. A fala de Vescovi promove, assim, um abrandamento da responsabilização da Samarco por meio do uso da expressão “acidente”.

<sup>189</sup> No âmbito dessa abordagem, porém, é preciso lembrar que, no contexto da produção de sentidos analisada, a ruptura ainda era algo recente sobre a qual não havia confirmações a respeito das causas do rompimento. No entanto, o uso da palavra “acidente” pela empresa para se referir ao ocorrido se configura como uma constância ao longo das postagens publicadas pela mineradora no período considerado para esta análise. Até o dia 5 de dezembro de 2015, um mês após a ruptura, a Samarco ainda fazia menção ao caso como um “acidente”.

Esse modo de falar sobre o ocorrido também está presente nos dizeres dos usuários. Eles se apropriam da palavra “acidente” para se referir à ruptura como uma fatalidade, ligada a um sentido de imprevisibilidade.

Quadro 61 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
144	06/11/2015	Tragédias são tragédias e acontecem desde que o mundo é mundo. Se a SAMARCO estava regularmente cumprindo a legislação ambiental, <b>nao se pode presumir que a culpa seja dela uai. Acidentes</b> acontecem e isso tudo faz parte <b>da transição pela qual está passando o planeta</b> . Boa sorte para todos. Gostei do video acima. Dr Ricardo explicou direito e conquanto o <b>infortúnio, temos que pensar que todos os dias acontece um fato desse no MUNDO</b> . O recurso q temos ( no meu caso q moro longe e nao posso ajudar) é orar pelas vítimas e pelos empreendedores. ninguém em sã juízo quer o mal do próximo. ♥

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário acima (QUADRO 61) embasa a sua fala na presunção de inocência “nao se pode presumir que a culpa seja dela uai”, ancorado em uma memória discursiva de uma empresa séria e que cumpre a legislação ambiental. Para ele, causa do ocorrido é a “transição pela qual está passando o planeta”. Importante ressaltar, porém, que essa transição a que o usuário refere-se também é resultado das ações humanas, algo que não consta no comentário. O usuário busca, por meio do seu discurso, minimizar a dimensão do ocorrido: “temos que pensar que todos os dias acontece um fato desse no MUNDO”. A concepção do sujeito sobre o fato, um “acidente”, está ligada a uma situação de “infortúnio”, um acontecimento infeliz, uma falta de sorte. Nesse sentido, ele também contribui para desvincular a ação do seu causador.

Há também outro sentido atribuído à palavra acidente, pelos usuários, que apresenta-se, inicialmente, de modo paradoxal ao analista. Isso porque, apesar de denominar a ruptura como “acidente”, os usuários identificam a Samarco como responsável pelo ocorrido.

Quadro 62 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
32	05/11/2015	<b>A Samarco tem que ser penalizada.</b> Foi um <b>crime</b> gravíssimo o <b>acidente</b> e não era algo inimaginável para quem vive próximo às mineradoras

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 32 (QUADRO 62), o autor defende a penalização da empresa e compara a ruptura da barragem – denominada como acidente – a um crime. Tal enunciado aciona, no processo de produção de sentidos, o sujeito culpado pelo ato: a figura do criminoso. Nesse sentido, o “acidente” poderia ser evitado.

No entanto, mesmo com o destaque dado para a necessidade de responsabilizar a empresa, outros usuários atentam para o modo como o uso da palavra acidente revela um abrandamento do fato.

Quadro 63 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
14.1	05/11/2015	A população de Minas Gerais está indignada! É um absurdo que não se aplique a mesma eficiência em se explorar o minério, em verdadeiros paraísos ambientais, que para com as pessoas envolvidas nesse trágico "acidente". <b>Acidente ocorre quando há uma grande chuva, e a barragem não suporta por forças naturais. Neste caso a barragem se rompeu por 2 motivos, superlotação e por falta de manutenções.</b> A SAMARCO deve pagar devidamente, e com plena justiça, por tudo isso que está acontecendo, a empresa sabia dos riscos de minerar em regiões montanhosas e em que vilarejos inteiros estão à jusante das suas contenções de rejeitos tóxicos. Faltou responsabilidade e prudência da diretoria que permitiu esse ocorrido.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário 14.1 (QUADRO 63) demarca esse posicionamento em seu texto ao utilizar a palavra “acidente” entre aspas, o que evidencia o eufemismo presente no uso da expressão no contexto da produção de sentidos analisada. Depois, ele explica porque a utilização do termo, nessa conjuntura, revela um abrandamento da responsabilização da empresa pelo ocorrido, já que “Acidente ocorre quando há uma grande chuva, e a barragem não suporta por forças naturais. Neste caso a barragem se rompeu por 2 motivos, superlotação e por falta de manutenções”.

#### 4.4.1.5.2 Referência ao ocorrido: “tragédia”

A palavra “tragédia” também é empregada amplamente para denominar a ruptura da barragem na *fanpage* da Samarco. Uma parte dos usuários a utiliza para caracterizar o ocorrido como algo imprevisível e que a empresa, mesmo com os seus procedimentos de monitoramento e segurança, não poderia evitar.

Quadro 64 – Referência ao ocorrido - tragédia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
82	06/11/2015	Confio na responsabilidade social da empresa e tenho certeza de que logo após o atendimento de emergência as vítimas desta <b>TRAGÉDIA</b> 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 <b>FATALIDADE</b> 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 <b>fatalidade</b> 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 <b>tragédia</b> . O momento é de união, apoio, solidariedade e fé! Samarco, a população confia e aguarda providências a altura da empresa!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário 82 (QUADRO 64) aproxima o uso da palavra tragédia à ideia de uma fatalidade e, assim como ocorre no uso da palavra acidente feito pela empresa, cria-se uma estratégia em que a responsabilização da Samarco não é colocada em primeiro plano. Alicerçado nessa fundamentação discursiva, ele desenvolveu uma argumentação de apoio à empresa.

Outros usuários também denominam o rompimento como tragédia, mas com um sentido diverso do acima apresentado (QUADRO 65). Nesse contexto, apesar de chamar o ocorrido de “tragédia”, eles entendem a Samarco como a responsável pela ruptura: uma tragédia anunciada. No âmbito dessa produção de sentidos, como é possível observar no comentário 29 (QUADRO 65), evidencia-se o sofrimento das famílias afetadas pela “tragédia”, causada pela irresponsabilidade da empresa.

Quadro 65 – Referência ao ocorrido - tragédia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
29	05/11/2015	IRRESPONSÁVEIS!!!! ESSA <b>TRAGÉDIA</b> ESTAVA ANUNCIADA HÁ ANOS, E VCS VEM FALAR DE DANOS AMBIENTAIS??? E AS VIDAS QUE SE FORAM?????????????

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

A análise dos sentidos atribuídos às palavras ressalta a relação entre elas e as Formações Discursivas às quais estão associadas. “Por aí podemos perceber que as palavras não têm um sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem” (ORLANDI, 2012, p. 43). Ou seja, o sentido de uma palavra não é constituído somente pelos signos que a formam, mas por meio de sua relação com elementos

exteriores a esse código em que estão imbricadas questões sociais, políticas e ideológicas e a dimensão do inconsciente.

#### 4.4.1.6 Posições enunciativas<sup>190</sup>

Na construção discursiva, os usuários assumem diferentes posições enunciativas conforme os objetivos que buscam alcançar no contexto da disputa de sentidos. A depender do teor da discussão, o usuário pode “assumir o papel” de administrador da empresa, especialista da área da mineração, porta-voz da mineradora, analista político, etc.

No comentário presente no Quadro 66, o usuário se coloca, em certa medida, na posição de administrador da empresa e faz uma recomendação: “De imediato, vc deveria demitir todo o seu departamento de engenharia”. Ele avalia quais as atitudes adequadas para cada situação colocada como um problema para a empresa: a construção de outra barragem ou a não autorização de lançamento de resíduos devido à sobrecarga na barragem.

Quadro 66 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
236	09/11/2015	É, Ricardo Vescovi, teria sido mais barato <b>construir outra barragem</b> de contenção do que vai ficar o custo dessa tragédia. <b>De imediato, vc deveria demitir todo o seu departamento de engenharia.</b> Todos são atestadamente incompetentes. Agora, se vc foi avisado por eles dos riscos de uma sobrecarga na barragem e, mesmo assim, <b>autorizou o excesso de lançamento de resíduos</b> lá, por favor, seja homem e apresente-se à justiça como responsável pelas mortes de tantas pessoas inocentes.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Já o autor do comentário exposto no Quadro 67 se posiciona como porta-voz da empresa ao informar as ações que a Samarco está desenvolvendo. Nesse sentido, ele procura cumprir o papel que, a princípio, deveria ser dos gerenciadores da página.

<sup>190</sup> Importante ressaltar que essas posições são circunstanciais, uma vez que o usuário pode assumir diferentes posições enunciativas ao longo do processo de produção de sentidos.

Quadro 67 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
187	06/11/2015	A samarco esta dando a maior atenção a todos , infelizmente não da para empresa fazer o impossível ,mais já estão olhando moradias já estão providenciando moveis etc...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Assim, o autor desse comentário atua na disputa de sentidos como alguém que traz informações confiáveis, assim como as publicações em que a Samarco responde os usuários. No entanto, ao “assumir” um determinado papel no contexto da construção discursiva, os usuários recebem críticas.

Quadro 68 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
230	08/11/2015	Só tem geólogos e juizes aqui....

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio da ironia, o autor do comentário 230 (QUADRO 68) questiona o posicionamento dos usuários que falam como se fossem especialistas no momento de discutir aspectos relacionados à ruptura: seriam geólogos? Além disso, critica os sujeitos que atuam como se fossem juizes ao julgar e condenar (ou absolver) os envolvidos, como a Samarco e o diretor-presidente da empresa.

#### 4.4.1.7 Disputa de sentidos: Empresa X Usuários

No tocante aos comentários dos usuários, em referência ao que foi dito pelo diretor-presidente no comunicado oficial, é representativo nos discursos um descontentamento frente à postagem. Os sujeitos evidenciam que, mais importante do que se manifestar – naquele momento –, seria agir: menos palavras e mais atitudes.

Quadro 69 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
14 (trecho do comentário)	05/11/2015	Ajão! E fação de forma decente! <b>Sem mais comunicados, notinhas ou qualquer coisa do tipo!</b> A população de Mariana está indignada!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Alguns usuários, como o autor do comentário 14 (QUADRO 69), assumem uma posição mais radical, sob a qual nenhuma ação de Comunicação Organizacional é entendida como adequada para aquele momento. Nesse sentido, a única forma de minimizar o que ocorreu seria prestar auxílio às vítimas da ruptura.

Além de reivindicar que a empresa aja imediatamente, os usuários também exigem que ela desenvolva as ações com a divulgação de informações de forma transparente, compromisso assumido pelo diretor-presidente no comunicado oficial.

Quadro 70 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
300	11/11/2015	Transparência?? <b>Mostre seu plano de ação</b> , emergencial e futuro. O que estão fazendo agora e o que vão fazer em 5, 10, 50 e 100 anos? Clareza?? <b>Contabilizem as vítimas de forma real</b> . Tenham o mínimo de decência em ir diante das câmeras e falar a realidade dos fatos abertamente a todos os brasileiros. <b>MERECAMOS AO MENOS RESPEITO!</b> 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 <b>ÉTICAS E COERENTES!</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima (QUADRO 70), o usuário solicita comprovações (“Mostre seu plano de ação”) e informações fidedignas sobre a situação das vítimas. Sua fala denota um reforço à necessidade de transparência não apenas como mote do discurso institucional, mas como norteadora das ações da empresa.

Outra constância observável no que se refere às reações dos usuários sobre o comunicado oficial divulgado pela Samarco é que alguns sujeitos personalizam a Samarco na figura do diretor-presidente Ricardo Vescovi.

Quadro 71 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - personalização

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
180	06/11/2015	Muito bonito <b>sr. presidente</b> quem escreveu esta sua fala, <b>queria saber se a família de cada um de vcs estivessem neste vilarejo</b> será que vcs teriam agido desta mesma forma acredito que não, pois seus esforços agora são inúteis, <b>quantas crianças vão ficar sem seus pais e mães, será que o dinheiro da samarco consegue trazer de volta uma vida</b> , e nossos representantes governamentais que permitem um absurdo desses!!!! Onde estão estas autoridades agora.....

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como é possível observar no comentário transcrito no Quadro 71 – representativo da dinâmica discursiva – o autor refere-se diretamente ao diretor-presidente da Samarco como interlocutor (“sr. Presidente”). A estratégia utilizada pelos usuários, nesses casos, é tentar fazer com que o dirigente se coloque no lugar das vítimas: “queria saber se a família de cada um de vcs estivessem neste vilarejo”. Além disso, também perpassa os discursos um tom emotivo, em que se faz referência direta à perda de vidas e à impotência da Samarco, mesmo com seu poderio econômico, de reparar essa ausência: “quantas crianças vão ficar sem seus pais e mães, será que o dinheiro da samarco consegue trazer de volta uma vida”.

O gesto de leitura da AD também permite perceber que alguns usuários visam a desconstruir o discurso institucional – representado pela fala do diretor-presidente – com base no conhecimento sobre a realidade dos locais afetados pela ruptura. Assim, são comentários que (des)credibilizam o enunciado “todos os esforços necessários” ao demonstrarem que o trabalho realizado pela mineradora não está sendo feito da forma como deveria.

Quadro 72 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional devido ao conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
221	08/11/2015	ACORDAAA Samarco, vcs não conseguem enxergar a tragédia causada em Barra Longa e distritos? <b>A própria população</b> que está limpando a destruição causada pela sua lama e vcs não mandam gente suficiente para ajudar!! <b>Vcs acham que 3 funcionários é suficiente??</b> Para construir a barragem são mais de 500!! E para tentar minimizar a tristeza desse povo? Cadê vocês!! Acordem! <b>A situação é trágica!!!</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 221 (QUADRO 72), o enunciado “ACORDAAA Samarco” pode ser interpretado como um chamado para que a empresa se distancie do discurso institucional – oficial – para visualizar, de fato, os problemas enfrentados pelas vítimas. Aqui, há um “grito” do usuário, perceptível por meio das letras maiúsculas e da repetição da vogal “A” ao final da palavra.

Por meio dele, o autor do comentário quer que a sua demanda seja considerada pela Samarco e que a empresa escute [conforme a acepção de Jenkins *et al.* (2014)] o que ele tem a dizer, pois a “situação é trágica”. Todo o ponto de vista é construído com base no conhecimento, em detalhes, que esse usuário demonstra ter sobre as ações que a empresa desenvolve na cidade de Barra Longa, também atingida pela ruptura da barragem de Fundão: “Vcs acham que 3 funcionários é suficiente??”

Os usuários também percebem, por meio do comunicado oficial do diretor-presidente, a presença de uma assessoria de comunicação na elaboração do conteúdo.

Quadro 73 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
174	06/11/2015	Mane! Ganha uma fortuna para ler um discurso leviano feito por um <b>assessor de comunicação</b> . Se quer dar a cara a tapa pelo menos venha a público <b>dizer o que pensa!!!</b> Esse "politicamente correto" chega a dar nojo! Parece uma <b>marionete</b> ... ridículo, artificial! Como vocês têm obrigação de saber: Todo acidente pode ser evitado!!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse viés, eles questionam a credibilidade do que é dito pelo diretor-presidente, uma vez que foi algo “produzido” por uma assessoria de comunicação. Assim, Vescovi precisa “dizer o que pensa” para, de acordo com o autor do comentário, deixar de ser uma “marionete” que apenas lê o conteúdo produzido por uma equipe especializada (QUADRO 73).

A alusão ao trabalho realizado pela assessoria de comunicação também está presente no comentário abaixo (QUADRO 74), em que o usuário dá indícios de que os gerenciadores da *fanpage* atuaram em outros espaços de interação na página, como o *chat* (as conversas “*inbox*” do *Facebook*).

Quadro 74 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
116.4	06/11/2015	"Até o momento, os pontos oficiais de doações ficam em Mariana. Ainda não temos informações sobre a coleta de doações em outras cidades. Os locais em Mariana são: Arena Mariana-Av do Contorno-em frente à Policlínica Centro de Convenções de Mariana- Av Getúlio Vargas, 35420-Centro"
116.5	06/11/2015	Foi a resposta que recebi deles, inbox...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse sentido, é possível pensar que existem ações de comunicação organizacional no *Facebook* – além dos *posts* e dos comentários – que são invisíveis aos olhos do analista. De acordo com a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, em janeiro de 2016, a caixa de mensagens da página da (*inbox*) tinha mil solicitações sem resposta. Diante disso, foi feita uma força-tarefa e, em um final de semana, todas as questões foram respondidas. A partir daí, esse processo foi estruturado: “E desde

então a gente responde todo mundo, a exceção é das mensagens de ódio, porque isso não tem jeito de você responder” (FERREIRA, 2017).

Uma das questões que chama a atenção é como o formato do conteúdo divulgado pela Samarco, nesse caso, um vídeo, influencia o modo como o processo de significação se constitui. Ao assistir o vídeo, os usuários apreendem o que eles entendem como uma incoerência entre o que é dito – o texto falado pelo diretor-presidente – e a forma como Vescovi diz.

Quadro 75 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - menção à expressão facial do diretor-presidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
256	09/11/2015	É... na voz se diz consternado.... mas a <b>expressão facial</b> diz "não tô nem aí..."

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário acima (QUADRO 75) reforça essa contradição ao afirmar que o diretor-presidente “se diz consternado” (palavras do próprio Vescovi), mas a expressão facial diz “não tô nem aí...”. Ou seja, as falas do diretor-presidente não foram sinceras, pois a expressão facial “denunciou” essa incongruência. Esse tipo de apreensão não seria possível se a Samarco tivesse optado por divulgar o comunicado oficial por meio de um texto, por exemplo. Assim, o formato de vídeo possibilita a constituição de uma nova camada de sentidos em que está presente a linguagem corporal. Nesse sentido, as características do enunciador – trejeitos, tom de voz, roupa – e o cenário em que a gravação foi feita também significam para os interlocutores assim como o texto dito pelo diretor-presidente.

Além disso, os usuários utilizam a ironia para se interpor à fala do diretor-presidente. O autor do comentário 4 (QUADRO 76), ao se manifestar sobre o vídeo, busca no *slogan* “Desenvolvimento com envolvimento”, até então adotado pela empresa, uma forma de se posicionar de modo irônico na página e desconstruir a imagem produzida pela Samarco.

Quadro 76 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
4	05/11/2015	Desenvolvimento com envolvimento.....

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse sentido, o usuário se apropria de um discurso da empresa para ressignificá-lo em um novo contexto. Assim, reitera-se o entendimento da Comunicação Organizacional sob um viés complexo como constituinte das condições de produção em que os discursos são constituídos. Isso porque, como reitera Morin (2003), a instância do receptor não pode ser entendida como receptáculo das informações fornecidas pelo emissor: os receptores têm a possibilidade de interagir e ressignificar os sentidos presentes no discurso institucional.

Do mesmo modo, como lembra Orlandi (2012), para a AD não é concebível a ideia de transmissão da informação de forma linear, na qual um emissor envia uma mensagem, baseado em um código, e o receptor a decodifica. O processo de produção de sentidos não é considerado transparente, e sua opacidade é permeada pelo inconsciente. “São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (ORLANDI, 2012, p. 21). Ressalta-se, mais uma vez, a potencialidade do sujeito se apropriar de um discurso e ressignificá-lo no ato da troca linguageira.

#### 4.4.1.7.1 Padrões de resposta da Samarco

O comunicado oficial deu origem à produção de sentidos na página da Samarco. No entanto, após a sua divulgação, a empresa seguiu interagindo com os usuários por meio de respostas aos questionamentos feitos por eles. Ao verificar essas mensagens elaboradas pela empresa, é possível perceber que a Samarco trabalha com o que pode ser chamado de “padrões de resposta”. Por meio da leitura das respostas-padrão, nota-se que a mineradora opta por assumir um discurso impessoal em que o processo de individualização é mínimo e feito, basicamente, por meio da inclusão do primeiro nome do usuário a cada resposta dada.

Quadro 77 – Padrões de respostas da Samarco

<b>Resposta-padrão 1: Alocação das vítimas e ações assistenciais imediatas</b>	Oi, (nome do usuário). 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.
<b>Resposta-padrão 2: Fiscalização das barragens</b>	Olá, (nome do usuário). 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. Sobre os atingidos, nosso apoio e solidariedade continua total e irrestrito.
<b>Resposta-padrão 3: Orientação sobre doações para as vítimas</b>	Oi, (nome do usuário). Agradecemos a solidariedade. Qualquer doativo deve ser direcionado para os seguintes postos de arrecadação: Arena Mariana, em Mariana, ou Servas, Av. Cristóvão Colombo 683, Funcionários - Belo Horizonte.
<b>Resposta-padrão 4: Esclarecimento sobre composição do rejeito de minério</b>	Olá, (nome do usuário). O rejeito não apresenta nenhum risco à saúde. Sua maior parte é formada por sílica, um tipo de areia, e não apresenta nenhum elemento químico danoso.
<b>Resposta-padrão 5: Política de Investimento Social (PIS)</b>	Oi, (nome do usuário). 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.
<b>Resposta-padrão 6: Plano de Ação Emergencial de barragens</b>	Oi, (nome do usuário). 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 outras instituições competentes.

Fonte: Elaboração própria.

Ao longo das publicações, a empresa realiza adaptações<sup>191</sup> no texto das mensagens. Na resposta-padrão 1 (QUADRO 77), por exemplo, a mineradora inclui, em comentários posteriores, a frase “Nosso apoio e solidariedade aos atingidos continua total e irrestrito”. Assim, ela busca atrelar as informações sobre os serviços prestados às vítimas a uma expressão de sensibilidade frente ao caso. Ainda nessa resposta-padrão, a mineradora demonstra uma preocupação em atualizar os números divulgados a cada retorno, o que reforça o seu compromisso em informar à sociedade com transparência – presente no comunicado oficial do diretor-presidente – e, além disso, destaca a evolução das ações desenvolvidas.

Ao longo da análise, percebe-se que a empresa “combina” diferentes tipos de respostas, o que deu origem a outras respostas-padrão:

<sup>191</sup> A empresa também inclui o *link* que direciona para o seu site institucional em algumas respostas, aspecto já abordado no tópico sobre as especificidades do ambiente digital.

Quadro 78 – Padrões de respostas “combinados”

<p><b>Resposta-padrão 7:</b>  <b>Causas do ocorrido (não é possível confirmar)</b>  +  Fiscalização das barragens  <i>(resposta-padrão 2)</i></p>	<p>Oi, (nome do usuário). 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 anormalidade.</p>
<p><b>Resposta-padrão 8:</b>  Causas do ocorrido (não é possível confirmar)  <i>(resposta-padrão 7)</i>  +  <b>Apoio às autoridades e suporte às vítimas</b>  +  Política de Investimento Social (PIS)  <i>(resposta-padrão 5)</i></p>	<p>Oi, pessoal. 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. Também informamos que temos uma Política de Investimento Social (PIS), onde repassamos, anualmente, recursos que viabilizem o desenvolvimento de projetos socioinstitucionais 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.</p>
<p><b>Resposta-padrão 9:</b>  Causas do ocorrido (não é possível confirmar)  <i>(resposta-padrão 7)</i>  +  Apoio às autoridades e suporte às vítimas  <i>(resposta-padrão 8)</i></p>	<p>Olá, (nome do usuário). 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: <a href="http://www.samarco.com">http://www.samarco.com</a></p>
<p><b>Resposta-padrão 10:</b>  Fiscalização das barragens  <i>(resposta-padrão 2)</i>  +  Causas do ocorrido (não é possível confirmar)  <i>(resposta-padrão 7)</i>  +  Apoio às autoridades e suporte às vítimas  <i>(resposta-padrão 8)</i></p>	<p>Oi, (nome do usuário). Ressaltamos que a barragem foi fiscalizada em julho de 2015 e encontrava-se em totais condições de segurança. 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.</p>
<p><b>Resposta-padrão 11:</b>  Esclarecimento sobre a composição do rejeito de minério  <i>(resposta-padrão 4)</i>  +  Política de Investimento Social (PIS)  <i>(resposta-padrão 5)</i></p>	<p>Oi, (nome do usuário). O rejeito é composto, em sua maior parte, por areia. Ele não apresenta nenhum elemento químico que seja danoso à saúde. Também informamos que temos uma Política de Investimento Social (PIS), onde repassamos, anualmente, recursos que viabilizem o desenvolvimento de projetos socioinstitucionais 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. A Samarco abriu um canal para o público</p>

	visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://www.samarco.com">http://www.samarco.com</a>
<p><b>Resposta-padrão 12:</b> Alocação das vítimas e ações assistenciais imediatas (<i>resposta-padrão 1</i>) + Política de Investimento Social (PIS) (<i>resposta-padrão 5</i>)</p>	<p>Olá, (nome do usuário). Os atingidos estão sendo realocados. Até o momento, 569 pessoas - representando 136 famílias - já foram encaminhadas para hotéis e pousadas da região. Nosso apoio aos atingidos continua através dos sete helicópteros que ajudam nos resgates e com entrega de kits de emergência, refeições e água. Nosso apoio e solidariedade aos atingidos continua total e irrestrito. Sobre nossa atuação nas comunidades onde estamos inseridos, temos uma Política de Investimento Social (PIS), onde repassamos, anualmente, recursos que viabilizem o desenvolvimento de projetos socioinstitucionais. 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.</p>
<p><b>Resposta-padrão 13:</b> Apoio às equipes da Samarco e autoridades locais + Causas do ocorrido (apuração) + Plano de Ação Emergencial de Barragens (<i>resposta-padrão 6</i>)</p>	<p>Oi, (nome do usuário). 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 irrestritamente 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: <a href="http://www.samarco.com">http://www.samarco.com</a></p>

Fonte: Elaboração própria.

A responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, explica que a opção por responder os usuários com base em um “*script*”, denominado neste trabalho como “resposta-padrão”, foi uma forma que eles encontraram “de trabalhar organizadamente” (FERREIRA, 2017). A jornalista reconhece que, no período considerado para esta pesquisa – o primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão –, houve falhas nesse processo, que era desenvolvido pelos fornecedores ou pela equipe de Mídias Digitais, mas sempre com a supervisão dos funcionários da Samarco (mesma dinâmica adotada até os dias atuais). “Primeiro, a Samarco era um bebê nas mídias sociais. Segundo, um acidente, um acidente não, um rompimento<sup>192</sup> dessas proporções ninguém nunca viveu” (FERREIRA, 2017).

Ferreira (2017) conta que a intenção era responder todos os comentários que apresentavam questionamentos. Diante da grande demanda, priorizava-se os assuntos mais comuns entre os usuários e, posteriormente, as mais específicas, apresentadas por um número menor de pessoas. No entanto, nos meses de novembro e dezembro de 2015, diante do volume de mensagens, muitos usuários não receberam um retorno da mineradora. Além disso,

<sup>192</sup> Observa-se, aqui, a preocupação da responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco em não denominar o rompimento como “acidente”, o que poderia ser interpretado como um eufemismo que contribui para o abrandamento da responsabilidade da empresa pelo ocorrido.

ela acredita que, em alguns casos, os sujeitos não receberam retorno porque havia questões sobre as quais a Samarco ainda não tinha uma resposta. “Em uma crise, quando ela está acontecendo, você não tem resposta para tudo. Para muita coisa a gente não tinha resposta naquele momento. E também pelo volume, era uma coisa inacreditável” (FERREIRA, 2017).

Ainda de acordo com a jornalista, o uso do *script* para responder os usuários ficou mais adequado a partir de janeiro de 2016, com a mudança de fornecedor (agência) que tinha “[...] um entendimento melhor, uma sensibilidade maior para a criticidade disso, também com orientação nossa, mas eles entenderam mais o que a gente estava querendo dizer, com mais cuidado, com mais respeito, com mais humildade”. Segundo Ferreira (2017), as respostas da Samarco, a partir de janeiro, passaram a estabelecer um diálogo com os usuários.

A gente tem um *script* para cada questão? Tem sim. Mas a gente personaliza porque nem sempre a pergunta vai vir daquele jeito. Não é *copy paste* [copia e cola], a gente entende a questão, muitas vezes a pessoa faz pergunta que a gente ainda não tinha se atentado e a gente vai apurar internamente, “o que é isso?”, e responde (FERREIRA, 2017).

O uso das respostas-padrão pela Samarco na página faz emergir o silêncio como uma variável que também diz sobre a construção discursiva analisada. Ao discutir o silêncio – o não-dito – no âmbito do processo de produção de sentidos, Orlandi (2012) faz menção ao silêncio fundador<sup>193</sup> e o silenciamento ou política do silêncio. Este último pode ser entendido segundo duas noções: o silêncio local e o silêncio constitutivo. O local diz respeito ao que não pode ser dito no contexto de uma determinada produção de sentidos, o que o aproxima de uma ideia de censura. Já o silêncio<sup>194</sup> constitutivo faz referência ao que não está sendo dito, uma vez que, para dizer algo, é preciso deixar de falar de outro modo – a escolha de uma palavra ou expressão pressupõe o não uso de outra. No contexto da produção de sentidos analisada, é possível pensar na relação entre o que está sendo dito pela empresa – as temáticas das respostas-padrão – em detrimento aos assuntos que não são abordados por ela (o não-dito).

A reação dos usuários diante da resposta da empresa também é representativa da disputa de sentidos. Nesse contexto, emerge a disparidade entre aqueles que, a partir do retorno da mineradora, a defendem e a acusam.

<sup>193</sup> “Este pode ser pensado como a respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, como iminência de sentido” (ORLANDI, 2012, p. 83).

<sup>194</sup> Ainda sobre a dimensão do silêncio no processo de produção de sentidos, Silmara Silva (2008), ao abordar a noção de acontecimento discursivo traz à tona não somente a possibilidade de irrupção de novos enunciados a partir dele mas, também, dos silenciamentos que podem emergir nesse processo. Com fundamento nessa perspectiva, também é possível compreender a presença do silêncio nos dizeres da empresa como algo que contribui para o entendimento da ruptura da barragem de Fundão como um acontecimento discursivo.

Quadro 79 – Disputa de sentidos Empresa X usuários - reações às respostas-padrão

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
26.2	06/11/2015	<b>Obrigada por responder meu questionamento.</b> Sabemos da importância da empresa para a economia brasileira. .. Queremos acreditar q a samarco não desampará 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
24.3	06/11/2015	<b>Samarco Mineração</b> Obrigada pela resposta, <b>mas invistam seu tempo em seguir ajudando as vítimas, tá?</b> A gente segue acompanhando de qualquer forma

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 26.2 (QUADRO 79), o usuário se mostra satisfeito pela resposta recebida e reitera o seu apoio à empresa. Em contraponto a isso, o autor do comentário 24.3 (QUADRO 79) adota uma postura crítica – para ele, a empresa deveria voltar as suas ações para a assistência às vítimas. Além disso, ressalta, por meio do seu discurso, o engajamento dos sujeitos no acompanhamento das ações assistenciais. Nesse sentido, toma para si e para os outros a “causa” das vítimas: “A gente segue acompanhando de qualquer forma”.

Ao receber as respostas, parte dos usuários apresenta outras questões para a Samarco (QUADRO 80).

Quadro 80 – Disputa de sentidos Empresa X usuários - reações às respostas-padrão

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
6.3	08/11/2015	Samarco Mineração obrigada pela resposta, <b>mas tb gostaria de saber como esta a organização de vcs para providenciar novas casas a população atingida.</b> (Em referência à resposta-padrão 1)
135.2	07/11/2015	<b>" E eles terão psicólogos pra acompanhar esse processo? Ajudar a lidar com os traumas? Como vão ajudar essas pessoas a reconstruir moradias e suas vidas?"</b> (Em referência à resposta-padrão 1)

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Sendo assim, os usuários conferem à Samarco – a partir de uma Formação Imaginária – a posição de empresa que deve esclarecimentos à sociedade pelo ocorrido. Como explicam Moreira *et al.* (2012), essa posição atribuída pelos sujeitos enunciadores ao interlocutor está condicionada a um contexto determinado pelas formações discursiva, ideológica e social.

#### 4.4.1.8 Disputa de sentidos: Usuários X Usuários

Após observar de que modo se constituiu a disputa de sentidos entre a empresa e os usuários, aborda-se o modo como se deu a disputa entre os próprios usuários. Importante ressaltar que a fronteira entre essas duas “formas de disputa” é tênue e, em diferentes momentos, é possível identificar a imbricação delas por meio das dinâmicas discursivas engendradas na página.

Como primeira indicação da presença de vozes discordantes na produção de sentidos, nota-se posicionamentos diferenciados no que se refere à atividade mineradora. Nesse viés, a construção de um discurso fundado na necessidade da mineração para a subsistência humana é utilizada para justificar a existência da mineração<sup>195</sup> e, conseqüentemente, a permanência da Samarco em Mariana. Em contraposição, outros usuários manifestam-se com base em argumentos que evidenciam as conseqüências sociais e ambientais trazidas pela produção do minério.

Por meio da leitura dos comentários abaixo (QUADRO 81), percebe-se a dicotomia – aqui levada ao extremo – no que se refere ao entendimento da importância da atividade mineradora para a sociedade.

Quadro 81 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração para subsistência humana

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
29.1	06/11/2015	<b>Todas as mineradoras tem esse risco. Absolutamente todas.</b> Mas precisamos de carros, ônibus, edifícios, casas, aviões, navios, bicicletas, geladeiras, celular, fogão, computadores, estradas, enfim, quase tudo que utilizamos tem uma mineradora envolvida. <b>Vamos voltar para a idade da pedra então?</b>
29.3	06/11/2015	<b>E talvez tenhamos mesmo que voltar pra idade da pedra para apresendemos a valorizar nosso planeta, respeitando a natureza.</b> Quem vive em cidades que são áreas de mineração sabe o que estou dizendo. De volta à pedra lascada . Precisamos aprender VIVER.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No primeiro (29.1 – QUADRO 81), o usuário (des)individualiza a Samarco e a coloca como uma entre muitas mineradoras, algo que, no contexto da produção de sentidos analisada, pode ser entendido como uma forma de amenizar a culpa da empresa, já que “Todas as mineradoras tem esse risco. Absolutamente todas”. Ou seja, é preciso agir com

<sup>195</sup> Gesto semelhante é observado pela análise de Girardi *et al.* (2007) no contexto da construção de estratégias discursivas para persuadir o agricultor ao produtivismo.

ponderação, pois poderia ter acontecido com qualquer outra empresa que desenvolve essa atividade. Ao final, após listar 12 itens que dependem da mineração para existir, o autor usa a ironia para destacar a dependência da sociedade por essa atividade extrativista ao questionar: “Vamos voltar para a idade da pedra então?”.

Em resposta a isso, o autor do comentário 29.1, que representa uma visão que se opõe à primeira, parte do enunciado do autor do comentário anterior para postular a necessidade de repensar a relação entre mineração e natureza. Ao se apropriar do discurso irônico, ressignifica o que pode ser entendido como a volta à idade da pedra: uma forma de rever os valores da sociedade contemporânea para que seja possível (re)aprender a viver.

Por meio do gesto de leitura da AD, observa-se que a alusão à dependência econômica da cidade de Mariana pela atividade mineradora também é algo que permeia o processo de produção de sentidos na *fanpage* da Samarco. Nota-se, porém, no discurso dos usuários, dois modos de interpretar a relação entre a mineração e a economia. Alguns utilizam a dependência econômica da cidade de Mariana pela atividade mineradora como base para a construção de um discurso favorável à empresa<sup>196</sup>, conforme é possível observar no comentário 73.1 (QUADRO 82).

Quadro 82 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração pela dependência econômica

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
73.1 (trecho do comentário)	06/11/2015	A cidadela aumentou de tamanho com os empregos gerados pela empresa. A maioria dos moradores de Bento Rodriguez não eram locais, foram morar lá por causa do seu emprego.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse comentário (QUADRO 82), ao citar que a “cidadela” cresceu com os empregos gerados pela Samarco, o autor ressalta a dependência econômica frente à atividade e aciona, por meio do seu discurso, o medo do desemprego. Ele ainda faz referência ao fluxo populacional gerado pela mineração: “A maioria dos moradores de Bento Rodriguez não eram locais, foram morar lá por causa do seu emprego”.

A chegada da “população flutuante” – que busca oportunidades de trabalho nos locais onde as mineradoras se instalam – pode impulsionar o crescimento dos locais onde as empresas atuam. No entanto, também engendra consequências preocupantes, como os casos

<sup>196</sup> Gesto semelhante é observado pela análise de Girardi *et al.* (2007) no contexto da construção de estratégias discursivas para persuadir o agricultor ao produtivismo.

de abandono de mulheres grávidas, narrados no Jornal Lampião<sup>197</sup> por meio da matéria “Os filhos da Mineração: Histórias das mulheres de Antônio Pereira abandonadas grávidas”.

O distrito de Antônio Pereira, localizado em Ouro Preto, possui cerca de 4.500 habitantes e, de acordo com a matéria do Lampião, recebe, nas fases de expansão das mineradoras, milhares de trabalhadores durante os meses de atividades. Nesse período, “é comum o envolvimento entre as mulheres locais e esses homens. Às vezes, a relação resulta em uma gestação não planejada, em muitos casos, marcada pelo abandono paterno” (ROCHA, 2016, p. 5). Após o fim das atividades, muitos trabalhadores voltam para suas cidades natais ou iniciam uma nova jornada de trabalho, sem oferecer apoio às mulheres com as quais se envolveram, nem aos seus filhos.

A incidência da partida do pai após a descoberta da gravidez em Antônio Pereira é grande. Quando encerram a atividade para a qual foram contratados, esses trabalhadores voltam para suas cidades e não prestam auxílio às mulheres. Muitos fornecem informações falsas a fim de não serem encontrados pelas mães dos filhos que abandonam no distrito. Assim, retornam para suas vidas, suas famílias, e desprezam mães e filhos que deixam para trás (ROCHA, 2016, p. 5).

Ao fazer referência ao cenário de dependência econômica da mineração, outros usuários assumem uma posição mais relativista ao pontuar os impactos – ambientais e sociais – trazidos pela mineração nos locais em que ela se instala. É esse o posicionamento do autor do comentário 20.9 (QUADRO 83) que reconhece a importância da mineração para a economia, mas não negligencia os prejuízos envolvidos nessa atividade: “Mas explorar desta forma como que a qualquer preço?”. Nesse sentido, o enunciado, colocado como uma interrogação, aciona uma postura de reflexão sobre as consequências da mineração.

Quadro 83 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - justificativa da mineração pela dependência econômica

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
20.9	07/11/2015	sei perfeitamente que essas cidades precisam dela. <b>Mas explorar desta forma como que a qualquer preço?</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Os usuários também utilizam a estratégia de construir o discurso com base em um conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa.

<sup>197</sup> “Lampião” é um Jornal Laboratório do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. A matéria “Os filhos da Mineração: Histórias das mulheres de Antônio Pereira abandonadas grávidas” foi divulgada na 23ª edição do jornal. Disponível em: <[https://issuu.com/jornallampiao/docs/final\\_lampiao\\_ed23\\_06.07](https://issuu.com/jornallampiao/docs/final_lampiao_ed23_06.07)>. Acesso em: 17 out. 2016.

Quadro 84 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
14.3	07/11/2015	Acredito, "Samarco", que vocês estão muito preocupados, agora. Deveriam ter mais cautela e maturidade para as estratégias da empresa. <b>Interligar duas barragens de rejeito como vocês fizeram foi muita irresponsabilidade. Vocês deviam ter, pelo menos, feito uma nova barragem na Área de Muller. Posso estar equivocado, mas lendo os últimos documentos enviados aos órgãos competentes, tirei esta conclusão, de que uma falha estratégica, imatura, prematura, causou esta desgraça.</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse sentido, o autor do comentário 14.3 (QUADRO 84) constrói o seu argumento – o de que a Samarco deveria ter pensado nas consequências das suas ações – segundo um conhecimento que demonstra ter sobre o gerenciamento de barragens. Por meio do seu discurso, ele revela conhecimentos técnicos e conclui, assim como pode fazer um especialista, as causas da ruptura: uma “falha estratégica, imatura, prematura”. No contexto deste trabalho, essa ação pode ser entendida como uma estratégia de credibilidade (CHARAUDEAU, 2009a) pois, com o uso de um conhecimento, o usuário busca reforçar junto ao interlocutor que o que é dito por ele é confiável.

Outro modo de agregar confiabilidade ao discurso é demonstrar, no ato da troca linguageira, um conhecimento sobre a empresa.

Quadro 85 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
20.3	06/11/2015	E desculpe, (nome do usuário), <b>conheço MUITO BEM a seriedade da Samarco Mineração desde sua fundação. É sim uma empresa séria, exemplo em sua área.</b> Mas não estou dizendo se tem culpa ou não nesta tragédia! Só acho que o momento é de solidariedade com quem precisa e esperar para entender o que causou tudo isso.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 20.3 (QUADRO 85), o autor, ao responder diretamente o comentário 20.1, que faz referência à exploração com vistas ao lucro pelas mineradoras, alicerça a sua argumentação com base no fato de conhecer “MUITO BEM” – expressão grafada em letras maiúsculas – a empresa. Alicerçado nesse fato que lhe atribui credibilidade, o usuário pode afirmar com propriedade que a Samarco, ao longo da sua trajetória,

transformou-se em exemplo em sua área – tal qual a imagem de uma empresa séria atribuída à Samarco e observada na memória discursiva presente na produção de sentidos na página.

Também a fim de atuar na disputa de sentidos na página, os usuários lançam mão da reformulação tendenciosa (BRANDÃO, 2004). No contexto deste trabalho, essa estratégia pode ser interpretada como a reformulação de uma ideia, de acordo com os objetivos do usuário, após a manifestação de outro sujeito sobre o seu comentário. A reformulação tendenciosa destaca como um discurso se constitui em relação a outro no âmbito da AD.

Na sequência de mensagens transcritas no Quadro 86, o autor do comentário original (72) afirma a confiança no trabalho desenvolvido pela Samarco e “justifica” o rompimento com base no argumento de que gerenciar uma barragem não é uma tarefa fácil. Ainda é possível perceber que ele atribui o direito de se manifestar sobre o caso somente às pessoas que estudam ou trabalham nesse segmento. Em uma reiteração de seu posicionamento favorável à empresa, ele traz à tona uma afirmação que é utilizada como ponto de partida para que outro usuário questione o seu posicionamento: “Tenho certeza que foram treinados para esse acontecimento..!”.

Quadro 86 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - reformulação tendenciosa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
72	06/11/2015	Acredito na responsabilidade da Samarco. Barragem não é um elemento fácil de se lidar, de se medir e de intervir no ato do rompimento..Prever o rompimento é um caso a se discutir também.. Só quem trabalha ou estuda pode falar.. Vocês estão no caminho certo.. <b>Tenho certeza que foram treinados para esse acontecimento..!</b> Boa Sorte! Espero que consigam confortar todas as famílias que sofrem e vão sofrer por muito tempo devido a esse desastre.
72.1	06/11/2015	<b>"Treinados para esse acontecimento "</b> ou seja já se prevê que isso vai acontecer algum dia... Ficou meio contraditório o que vc escreveu. <b>Não sou da área, mas fato que teria um plano para evacuação da cidade, ou simplesmente eles assumiram o risco e ponto?</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Ao retomar a fala do autor do comentário 72, o autor da mensagem 72.1 (QUADRO 86) critica o modo como o primeiro constrói a sua argumentação, de forma contraditória. Isso porque ao mesmo tempo em que afirma que a previsão de um acontecimento desse tipo é algo discutível, devido às dificuldades de gerenciamento, afirma crer que os funcionários foram treinados. Na visão do autor do comentário 72.1, tal contradição desconstrói a coerência do discurso, pois, se houve treinamento, é porque a Samarco tinha ciência de que a ruptura poderia ocorrer e, por isso, realizava capacitações. Ele também contrapõe o entendimento do autor do comentário original, que circunscreve aos

especialistas a capacidade de falar sobre o ocorrido: "Não sou da área, mas fato que teria um plano para evacuação da cidade, ou simplesmente eles assumiram o risco e ponto?".

Em resposta, o autor do comentário original (72) faz o que, no contexto deste trabalho, entende-se como reformulação tendenciosa (QUADRO 87). Ele retoma a sua argumentação no comentário 72.2, mas de modo diferente, com vistas a convencer o seu interlocutor sobre a pertinência da sua colocação e tenta, assim, desenredar a contradição presente em sua primeira fala.

Quadro 87 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - reformulação tendenciosa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
72.2	06/11/2015	<p>Boa noite (nome do usuário)! desculpe a confusão! Atividade de mineração sempre vai haver risco.. Infelizmente.. Principalmente para grandes portes como a desse caso. Mas, em qualquer atividade de risco há treinamentos para o pior. <b>Não se sabe se vai romper (A), mas se romper é bom estar preparados.</b> Eu tenho certeza que grande parte da cidade já havia sido evacuada. Geralmente, até a cidade recebe treinamento de emergência. Obras de grande porte movimentam milhares de pessoas, movimentam cidades ao entorno desses empreendimentos. Querendo ou não, é um fruto positivo para a cidade, mas que, dessa vez trouxe um resultado negativo. <b>Não é obrigado saber que vai romper (A), é obrigado a estar preparado para esse rompimento.</b></p> <p><b>Não trabalho na Samarco, mas conheço a empresa.. Ela é um destaque de seriedade em algumas aulas de geotecnia da minha universidade. Mesmo assim, quando eu falo que não é obrigado a saber que vai romper (A), não necessariamente estou dizendo que a empresa não tem que avaliar diariamente, com equipamentos e equipes a barragem. Abraços!</b></p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nessa reformulação, traz à tona traços identitários – ele diz ser universitário – e conta que, em algumas aulas, a Samarco é lembrada como exemplo de empresa séria. Além disso, expõe largamente as suas convicções no que se refere aos procedimentos adotados pela empresa, que também evidenciam o seu conhecimento técnico sobre as ações a serem tomadas nesses casos. Tal afirmação relaciona-se com a opinião expressada por ele anteriormente de que apenas pessoas da área – que trabalham ou estudam – poderiam opinar sobre o ocorrido.

Na construção de uma reformulação tendenciosa, o usuário emprega um discurso em que, por diversas vezes, retoma o objeto de dúvida de seu interlocutor com a intenção de esclarecer seu ponto de vista sem contrariar quem o questionou. Tal escolha pode ser percebida pelo reforço da ideia de que não é possível/obrigado saber que a barragem irá

romper-se (A) – ponto de partida para os questionamentos feitos pelo autor do comentário 72.1.

Nesse sentido, o autor do comentário original tenta relativizar a relação entre as ações de treinamento e a ciência, por parte da empresa, sobre a possibilidade do rompimento. Assim, em seu segundo comentário, pondera que, por mais que a Samarco não seja obrigada a saber se uma barragem irá se romper, ela precisa, como trabalho de prevenção, estar preparada para esses casos – assim como ocorre com qualquer atividade de risco. No entanto, parece que o usuário não consegue, de fato, tornar o seu discurso mais coerente. Isso porque, ao final, ele faz uma afirmação que contradiz a sua linha de raciocínio construída ao longo do texto: "Mesmo assim, quando eu falo que não é obrigado a saber que vai romper, não necessariamente estou dizendo que a empresa não tem que avaliar diariamente, com equipamentos e equipes a barragem". No âmbito da produção de sentidos analisada, qual seria a função do monitoramento diário, ao qual ele faz referência, se não “prever” possíveis rompimentos?

Ainda sobre as estratégias lançadas pelos usuários no contexto da disputa de sentidos, na sequência de comentários abaixo (QUADRO 88), é possível observar uso do efeito de verdade. Como discutido no capítulo teórico sobre a Análise do Discurso, o efeito de verdade está vinculado ao que se acredita ser verdadeiro e não demanda do sujeito a apresentação de “provas”. No contexto do uso dessa estratégia, mais importante do que se comprovar o que é dito, é convencer o interlocutor que aquilo que é dito é verdade.

Quadro 88 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - efeito de verdade

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
73	06/11/2015	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.EtcCadê 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? <b>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</b> Aí 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 descende 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.
73.1	06/11/2015	<b>Existe sistema de alerta sim</b> , e treinamento constante com a população

		local. São 600 casas, pelo número de vítimas, nota-se que as sirenes de alerta tocaram e assim pode ser feita a evacuação para áreas mais seguras, como a parte alta da cidade. E a população não foi comprada com postos de emprego. Ao contrário. A cidadela aumentou de tamanho com os empregos gerados pela empresa. A maioria dos moradores de Bento Rodriguez não eram locais, foram morar lá por causa do seu emprego.
--	--	---

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Sendo assim, em resposta à afirmação presente no comentário 73, o autor do comentário 73.1 (QUADRO 88) busca um efeito de verdade em seu discurso ao apresentar dados referentes à estrutura do local e até mesmo sobre a presença da empresa na região. Ademais, conclui que, devido ao alerta da sirene, os afetados conseguiram se deslocar para a parte alta do subdistrito. Ao afirmar “Existe sistema de alerta sim”, o usuário pretende desconstruir o que é dito pelo autor do comentário original e, dessa forma, visa a atingir, junto aos seus interlocutores, um efeito de verdade.

Outra marca da produção discursiva na *fanpage* da Samarco é a utilização da ironia nos embates discursivos entre os usuários e a empresa (já abordada na análise das manifestações dos usuários sobre o comunicado oficial) e entre os próprios usuários. Charaudeau e Maingueneau (2008) afirmam que, na ironia, “[...] há um efeito de *não assumir* a enunciação por parte do locutor e de *discordância* em relação à fala esperada em tal tipo de enunciação” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 291, grifos dos autores).

Por meio dela, o locutor manifesta, em seu discurso, o contrário daquilo que realmente quer dizer. Assim, gera-se um efeito de sentido diverso, que é possível apreender devido ao contexto em que a troca linguageira se configura. No contexto dos discursos analisados nesta pesquisa, ela é utilizada para desestabilizar a credibilidade daquilo que é dito pelo outro.

Quadro 89 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
20.4	06/11/2015	(Nome do usuário), <b>cite aqui pra nós qual fenômeno natural causou o rompimento da barragem</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário 20.4 (QUADRO 89), o usuário questiona o autor do comentário 20<sup>198</sup>, de 5 de novembro de 2015, que afirma que “ninguém consegue segurar a natureza” e, por isso, não faz sentido culpar a empresa pela ruptura da barragem. Ao solicitar a indicação

<sup>198</sup> Contraditoriamente, o mesmo o usuário afirma: “todos sabem que o ser humano é falho”.

de qual fenômeno natural teria causado o rompimento, o autor do comentário 20.4 busca “testar” a capacidade argumentativa do outro usuário e, conseqüentemente, seu conhecimento sobre as causas do ocorrido. A estratégia se mostra eficaz, pois, do outro lado, o autor do comentário 20 não se manifesta.

Ao se voltar o olhar para os discursos presentes na página, chama atenção a atuação de um usuário, responsável por 22 comentários dessa primeira postagem analisada, denominado aqui como “defensor atuante”. Ele se faz presente em discussões acerca de diversas temáticas que permeiam a produção de sentidos e se posiciona sempre em defesa da Samarco. Para isso, baseia-se em um conhecimento que afirma ter sobre a empresa, a atividade mineradora (ele assume uma posição enunciativa de “especialista”) e até mesmo a respeito da realidade da comunidade atingida, com vistas a trazer à tona a “verdade” sobre os fatos.

Para alcançar tal objetivo, o usuário “defensor atuante” utiliza algumas estratégias na *fanpage* da Samarco, uma delas também aplicada pela empresa: o uso de respostas-padrão. Ele também cria padrões de respostas sobre diferentes questões e, em todos os casos em que respondeu algum questionamento colocado por outro sujeito, fez antes de a empresa direcionar a sua resposta-padrão ao usuário<sup>199</sup>.

---

<sup>199</sup> Dos 22 comentários desse usuário, apenas um era “original”, todos os outros 21 foram respostas aos comentários de outros usuários.

Quadro 90 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5.6 (trecho do comentário do usuário “defensor atuante”)	06/11/2016	<b>Infelizmente, por mais que detestemos, melhor ser sensatos e não nos deixar levar pelo calor da tragédia (A).</b> A empresa tem sim um setor de Prevenção de Acidentes seríssimo. E a mineração destrói sim, vocês tem toda razão, mas se não fosse por elas não teríamos carros, casas, estradas, maquinarias, etc. <b>Muita calma na hora de julgar sem ter todos os dados em mãos (A).</b> Desculpem se ofendo a alguém, mas minha posição é de confiar que a Samarco Mineração, que sempre se mostrou uma empresa séria e comprometida com seus funcionários e cidades onde atua direta ou indiretamente, tanto com suporte físico como social, <b>nos os 26 municípios em que influencia, desde Germano à Ponta de Ubú (ES) (B)</b> , vá fazer tudo o que esteja ao seu alcance para esclarecer esta tragédia assim como para dar apoio à comunidade de Bento Rodriguez, na sua reconstrução e apoio à seus moradores. <b>Prefiro esperar os fatos e as investigações antes de julgar sem conhecimento de causa (A).</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Pela leitura do comentário 5.6 (QUADRO 90), percebe-se que o usuário “defensor atuante” assume uma posição com vistas a elucidar as questões aos demais sujeitos que, no entendimento dele, estão sensibilizados por um fato recente e, por vezes, são “levados pelo calor da tragédia”. Sendo assim, ele acredita que não se pode julgar naquele contexto, em que não se tem acesso a todas as variáveis relacionadas ao rompimento da barragem (A). Também demonstra um conhecimento sobre a empresa, o que funciona como uma estratégia de credibilidade naquele contexto (B).

Em contraposição a esse posicionamento, outros usuários responsabilizam a Samarco e enxergam a necessidade da punição a ela como algo evidente (5.7 – QUADRO 91).

Quadro 91 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5.7	06/11/2015	A população da cidade e região tem que exigir <b>uma punição severíssima</b> a essa empresa, <b>reparação econômica e ambiental maciça</b> além de uma <b>multa pesadíssima</b>
5.8	06/11/2015	<b>QUE PIADA LER ISSO!!</b>
5.11	08/11/2015	Dona (Nome do autor do comentário 5.6), o mínimo que poderia fazer em respeito às famílias atingidas e ao meio ambiente devastado, <b>seria permanecer calada pois a ninguém interessa o que diz a sua bola de cristal</b> ..... Ademais, no estado precário em que a justiça e demais instâncias do poder público e da mídia ainda se encontram, a maior probabilidade é que serão todos "comprados".

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Além disso, utilizam diferentes estratégias discursivas, entre elas, a ironia, para opor-se ao posicionamento do usuário “defensor atuante” (comentário 5.8 – QUADRO 91). Como é possível perceber, no comentário 5.11 o usuário busca retirar a credibilidade do que é dito pelo usuário “defensor atuante” também por meio da ironia, tratando as informações trazidas por ele como um “achismo”.

Confrontado por um usuário em outro momento, o usuário “defensor atuante”<sup>200</sup> demonstra identificação e empatia, para reforçar o seu posicionamento sobre a especulação das causas do ocorrido (5.10 – QUADRO 92). Sendo assim, o usuário “defensor atuante” se coloca como alguém que está do mesmo lado do que o autor do comentário 5.9 uma vez que, assim como ele, “também se revolta com o que ocorreu”.

Quadro 92 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5.9	06/11/2015	Pelo amor, a Samarco ganha bilhões explorando o meio ambiente, causando inúmeros impactos sociais e vc vem com esse <b>discurso demagogo</b> ? Minas Gerais não aguenta mais acidentes com mineração!! Isso que dá querer aumentar a capacidade da barragem e não construir uma nova! Mortes e impactos ambientais irreparáveis!! <b>REVOLTANTE!!</b>
5.10 (usuário “defensor atuante”)	06/11/2015	<b>(Nome do usuário), acredite, também me revolto.</b> Mas não especulo. Se são culpados, vão pagar por isso de todas as formas possíveis. <b>Eu acredito sim que houve algum erro, mas não posso especular de quem, como, qual (1).</b> Apenas sei que eles vão dar toda a assistência à população, vão fazer tudo para a limpeza e reconstrução da cidade e da região. Não os defendo, apenas sei que farão tudo o que tem que fazer em uma situação como essa. <b>Imperdoável? Sem dúvida alguma.</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Outro perfil de usuário que chama a atenção no contexto da disputa de sentidos é o autor dos comentários abaixo (QUADRO 93), denominado como “usuário reiterador”.

<sup>200</sup> A participação do usuário “defensor atuante” se concentra, nessa postagem, até o comentário 74.

Quadro 93 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “reiterador”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
103.2	06/11/2015	Itabirito, Nova Lima e Muriaé... E novamente Itabirito... E aí...?
118.2	06/11/2015	Itabirito, Nova Lima e Muriaé... E novamente Itabirito... E aí... Também houveram acidentes referente a mineração... <b>Houve alguém condenado, ou apenas a população e o meio ambiente...</b>
144.2	06/11/2015	Itabirito, Nova Lima e Muriaé... E novamente Itabirito... E aí... <b>Houve alguém condenado...</b>
157	06/11/2015	Itabirito, Nova Lima e Muriaé... E novamente Itabirito... <b>E agora Mariana... E aí...</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Das cinco postagens desse usuário, apenas uma não possui a estrutura observável nos comentários supracitados. Ou seja, em quase todas as suas publicações, o autor parte de um mesmo dizer<sup>201</sup>, “Itabirito, Nova Lima e Muriaé... E novamente Itabirito...”, para assumir uma posição questionadora na construção discursiva. Nesse sentido, ele atua – por meio de uma estratégia de repetição – com vistas a fazer com que seus interlocutores não se esqueçam de outros acidentes relacionados à mineração que ocorreram em Minas Gerais e seus desfechos. Seu discurso serve como uma forma de demonstrar a descrença no processo de responsabilização dos envolvidos e, ao mesmo tempo, configura-se como um alerta para a necessidade de que o caso de Mariana tenha um desenredo diferente.

#### 4.4.2 Segunda postagem: Comunicado sobre envio de água para Governador Valadares

<sup>201</sup> Importante ressaltar que, de acordo com a Política de Relacionamento da Página da Samarco, comentários que reproduzam o mesmo conteúdo mais de uma vez são removidos da *fanpage*.

Disponível em:

<<https://www.facebook.com/notes/samarco-minera%C3%A7%C3%A3o/pol%C3%ADtica-de-relacionamento-da-p%C3%A1gina/1714991082051040>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

Figura 11 – Postagem do comunicado sobre envio de água para Governador Valadares<sup>202</sup>



Fonte: Facebook da Samarco.

A segunda postagem selecionada para análise é um comunicado divulgado pela Samarco sobre o envio de água para Governador Valadares – cidade com quase 280 mil habitantes<sup>203</sup> – em 12 de novembro de 2015, sete dias após a ruptura da barragem de Fundão. Naquele momento, o município passava por problemas relacionados ao abastecimento de água devido à chegada da lama ao local pelas águas do rio Doce. A publicação tem um texto de dois parágrafos e é acompanhada pela imagem padrão “Samarco informa”, utilizada pela empresa em diferentes postagens no primeiro mês após o rompimento.

<sup>202</sup> Imagem gerada por meio da captura de tela (*print screen*).

<sup>203</sup> De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população estimada de Governador Valadares em 2016 era de 279.665 mil habitantes. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=312770>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Quadro 94 – Análise do discurso institucional - comunicado sobre a distribuição de água em Governador Valadares

Por meio do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) (A), enviamos ao município de Governador Valadares (MG) mais de 2 milhões e 500 mil litros de água (B) para ajudar no abastecimento dos moradores da cidade, além de 13 mil litros de água potável (C).

Todos os esforços necessários (D) estão sendo feitos para ampliar a capacidade diária de abastecimento (E) que, a partir de amanhã, passa a ser de 2 milhões e quatrocentos mil litros por dia (B).

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de postagem da *fanpage* da Samarco.

Figura 12 – Nuvem de palavras<sup>204</sup> gerada pelo texto do comunicado sobre a distribuição de água em Governador Valadares



Fonte: Elaboração própria.

No comunicado, a Samarco informa que enviará água “Por meio” do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) de Governador Valadares para ajudar no abastecimento – assunto da publicação e palavra em realce na nuvem – dos moradores do município (A).

No decorrer do comunicado, a Samarco lança mão de números “mais de 2 milhões e 500 mil litros de água” (B) sobre as ações desenvolvidas. A priorização da quantificação pode ser percebida também pela leitura da nuvem de palavras gerada por meio do comunicado oficial. Não é a palavra água que recebe maior destaque, mas as palavras “mil” e “litros” e, posteriormente, “milhões”, ligadas a uma função de mensuração do trabalho realizado pela Samarco e à necessidade de prestar contas para a população sobre as atividades

<sup>204</sup> Nuvem de palavras gerada pelo site <http://www.wordclouds.com/>. Acesso em: 23 jan. 2017. O tamanho de cada palavra na nuvem corresponde ao número de vezes em que ela aparece no texto.

desenvolvidas. Nesse viés, a empresa se preocupa em informar sobre a natureza do trabalho, pois não encaminharam somente água para abastecimento, mas também a do tipo potável, para consumo dos moradores (C).

Quadro 94 – Quantificação das ações

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
245	13/11/2015	Cadê a água?????? Estamos nem conseguindo fazer às necessidades fisiológicas com dignidade!!!!#queroagua não números!!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como é possível observar no comentário do Quadro 94, essa forma de dizer adotada pela empresa não é bem recebida por parte dos usuários, que cobram ações práticas em contraposição à divulgação de números referentes ao trabalho realizado.

A empresa ainda reitera o seu envolvimento integral (“todos os esforços necessários”) (D), enunciado presente também na primeira postagem analisada e que se configura como uma constância do discurso institucional. Nesse sentido, a Samarco declara o seu compromisso com um auxílio contínuo ao divulgar que está empenhada para que a capacidade diária de abastecimento seja ampliada (E), mais uma vez, ancorada à divulgação de dados quantificáveis relacionados à água.

#### 4.4.2.1 Condições de produção

As condições de produção associadas a essa segunda postagem relacionam-se ao trajeto da lama, gerada pela ruptura da barragem de Fundão, que avançou pelo rio Doce até alcançar Governador Valadares, localizada a cerca de 330km de Mariana. Com a chegada da lama, a população valadarense presenciou a devastação do rio Doce. Os discursos – a maioria dos comentários foi postada nos dias 12 (data da publicação da Samarco) e 13 de novembro – são representativos desse contexto. Eles fazem menção às questões relacionadas aos impactos ambientais gerados pelo rompimento, e o rio Doce se configura um “símbolo” desse posicionamento observável na disputa de sentidos.

Quadro 95 – Condições de produção - questões ambientais

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
50.6	12/11/2015	Minhas crenças são muito diferentes, acho sim que com nosso meio ambiente tão devastado como já é não pode haver mais distribuição, se vc tivesse visto o tanto de peixes mortos nas margens e a distribuição de uma fonte de vida como era <b>nosso rio</b> talvez sua idéia fosse outra. Acho sim que tem que pagar e muito e não só essa mas qualquer empresa que desgaste o pouvo que ainda temos.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima (QUADRO 95), o autor parte do entendimento de uma agressão ambiental anterior à ruptura da barragem: “nosso meio ambiente tão devastado como já é não pode haver mais distribuição<sup>205</sup>”. No entanto, não minimiza os efeitos gerados pelo ocorrido e ancora o seu discurso com base na sua experiência, pois viu os peixes mortos e a destruição de uma “fonte de vida como era nosso rio”. A referência ao rio como “nosso” é uma marca da produção de sentidos e revela – no contexto da construção discursiva – a relação de pertencimento desses sujeitos com o local onde vivem e, conseqüentemente, com o rio Doce.

Com o rio Doce tomado pela lama, o sistema de abastecimento de água em Governador Valadares entrou em colapso. Nas publicações dos usuários, observa-se a presença de relatos que caracterizam esse momento e que narram os problemas vividos pelos valadarenses. No comentário abaixo (QUADRO 96), o usuário se posiciona na disputa de sentidos para se contrapor a um comentário em que outro sujeito afirma que era preciso que a revolta, presente nos comentários, fosse transformada em atitudes (39).

<sup>205</sup> Por meio da leitura do comentário, é possível depreender que o usuário emprega a palavra “distribuição” com o sentido de “destruição”.

Quadro 96 – Condições de produção - impactos da chegada da lama

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
39.10	12/11/2015	eu ajo e eu reclamo. Divido meu pouco com quem tem menos. Busco alternativas. Mas por favor, "Desagradável" é um termo muito leve. Viva uma semana sob um sol de 40 graus, num mau cheiro medonho de metal e peixe morto sem NENHUMA água nas torneiras, tomando banho de caneco. Ou pelo menos more em um hotel, mas sabendo que vc não tem mais casa, e que tudo o que vc conheceu um dia como lar não existe mais. Depois vc pensa em um adjetivo melhor que desagradável para classificar isso. A tragédia passou por Mariana, é o que vc quer deixar transparecer. Aqui, ela só está começando. São centenas de quilômetros de ecossistema MORTO, com pelo menos 19 cidades que dependiam do rio para captar água. Em Governador Valadares, a cidade está entrando em colapso econômico. Que dá parabéns à Samarco escarnece sobre o sofrimento alheio, pq como Joint Venture de uma mineradora bilionária que vem explorar o Brasil pq em seus países de origem as leis de mineração são mais severas, isso que ela está fazendo é MUITO MENOS do que deveria.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ao conceber a sua argumentação, o usuário (QUADRO 96) constrói uma caracterização sobre as condições nas quais aqueles discursos são produzidos: a situação vivenciada pelos moradores de Governador Valadares desde a chegada da lama. Ele sugere que os sujeitos se coloquem em sua posição, de vítima: “Viva uma semana sob um sol de 40 graus, num mau cheiro medonho de metal e peixe morto sem NENHUMA água nas torneiras, tomando banho de caneco”. Nesse viés, o autor destaca como a ruptura da barragem de Fundão atingiu a vida dos valadarenses ao produzir um ambiente marcado pela destruição ambiental e pela privação de itens básicos, como o acesso à água, que provocou mudanças nas rotinas das pessoas (“tomando banho de caneco”).

Também para se referir ao ocorrido em Mariana, o mesmo usuário propõe que seus interlocutores façam o exercício de se colocar no lugar das vítimas, que perderam suas casas. A “tragédia” – que se iniciou com a ruptura da barragem de Fundão – segue o curso do rio Doce e, em Governador Valadares, “está só começando”. Ao concluir o comentário, ele ainda faz uma referência indireta à anglo-australiana BHP Billiton, uma das acionistas da Samarco. Para ele, o que a Samarco está “fazendo é MUITO MENOS do que deveria”, pois ela é controlada por uma empresa “bilionária” e que atua em países como o Brasil devido ao fato de as leis relacionadas à mineração serem menos severas do que em seus países de origem.

Diante dos impactos gerados pela chegada da lama, os usuários passam a questionar a quantidade de água enviada pela empresa, que seria insuficiente para atender a população (QUADRO 97).

Quadro 97 – Condições de produção - quantidade insuficiente de água

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
278	13/11/2015	Deixe eu fazer as contas aqui: mais ou menos 13.000 litros de água potável para mais ou menos 280.000 habitantes...267.000 bebe lama e 13000 1 litro de água potável por dia . E a comida? O povo tá ficando sem trabalho, sem dinheiro...ah já sei! Lama também ? Sem noção mesmo! 🍌😞

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário do Quadro 97, o usuário se apropria de uma estratégia da empresa – a divulgação dos números com vistas a agregar confiabilidade ao que é dito – para desconstruir o discurso da Samarco. Ele compara a quantidade de água potável enviada ao número de habitantes – com base em seus “cálculos” – para evidenciar que a quantidade encaminhada não atende a demanda da população. Nesse seguimento, o autor do comentário 278 faz uso da ironia para denunciar a divergência entre o auxílio prestado pela empresa e a necessidade dos cidadãos da cidade de Governador Valadares: “267.000 bebe lama e 13000 1 litro de água potável por dia”. O usuário ainda lembra os impactos econômicos gerados pela destruição do rio Doce e, mais uma vez, utiliza a ironia para demonstrar a sua revolta diante da situação: “E a comida? O povo tá ficando sem trabalho, sem dinheiro...ah já sei! Lama também ?”.

Perante a falta d’água, os usuários demonstram um engajamento relacionado às ações que visam a garantir o abastecimento de água da população local. É possível perceber um deslocamento dos sentidos acerca da ruptura, já que, na primeira postagem, eles estavam voltados para ações assistenciais imediatas às vítimas em Mariana. No âmbito dessa matéria, há uma cobrança por parte dos usuários – muitos se colocam na construção discursiva como morador de Governador Valadares – para que as pessoas partam para ações práticas (QUADRO 98).

Quadro 98 – Condições de produção - engajamento dos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
50.7	12/11/2015	Vc pode até achar que sabe o que está falando, mas não faz ideia do que a população daqui está vivendo! <b>Ao invés de ficar de longe dando pitaco sobre algo que não tem conhecimento, ajude-nos doando água mineral!!!</b> É disso que o povo está precisando! Se vc estivesse sentindo na pele o que o povo aqui está passando não diria metade dessas palavras!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Também no que se refere ao engajamento dos usuários na página, está presente a menção à realização de manifestações para cobrar ações imediatas para a resolução do problema com o abastecimento de água na cidade.

Quadro 99 – Condições de produção - engajamento dos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
157	13/11/2015	Enviou então mostra fotos ou vídeos bando de <b>canalhas mentirosos...</b> Valadares sem água e vale sem minério!!! <b>Quero ver passar trem com o tanto de trator e retrô escavadeira em cima da linha férrea!!!</b> Com com o ferro fere com o inferno será ferido...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário 157 (QUADRO 99) reage ao comunicado da Samarco e exige comprovações sobre o que foi divulgado pela mineradora na *fanpage*. Sua fala apresenta novos dizeres possíveis que emergiram somente a partir da ruptura da barragem de Fundão. Ele se refere à Samarco, enquanto coletivo de pessoas, por meio das palavras “canalhas” e “mentirosos”, algo que irrompe a repetibilidade (INDURSKY, 2003) dos sentidos constituídos acerca da mineradora até então. Ao desafiar a empresa “Quero ver passar trem com o tanto de trator e retrô escavadeira em cima da linha férrea!!!”, o usuário faz, pelo que o gesto de leitura da AD permite compreender, referência ao protesto em que manifestantes fecharam a ferrovia da Vale<sup>206</sup> – uma das acionistas da Samarco – em Governador Valadares.

Ainda no que se refere às condições de produção, assim como na primeira postagem, os usuários demonstram uma preocupação com as próximas ações da empresa.

<sup>206</sup> Informações disponíveis em: [≤https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2015/11/12/manifestantes-queimam-pneus-sobre-ferrovia-da-vale-em-minas-gerais.htm>](https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2015/11/12/manifestantes-queimam-pneus-sobre-ferrovia-da-vale-em-minas-gerais.htm). Acesso em: 4 fev. 2017.

Quadro 100 – Condições de produção - preocupação com ações futuras

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
42	12/11/2015	Sabe quanto tempo pode levar pro rio ser descontaminado e a água ficar própria pro consumo novamente ? Mais de 100 ANOS ! Então é bom a Samarco preparar o estoque de água, porque vai precisar de mandar bastante viu.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Nessa postagem (QUADRO 100), tal preocupação se desloca especialmente para as ações de recuperação do rio Doce e o fornecimento de água aos moradores de Governador Valadares. No comentário, o usuário destaca o tempo que o rio levará para se recuperar e reforça a responsabilização da mineradora, que tem o dever de assegurar o abastecimento de água da população até que a situação se regularize – o que vai levar muito tempo.

Outra marca da disputa de sentidos – e também observável na primeira publicação analisada – é a presença de discussões relacionadas ao cenário político brasileiro, contexto mais amplo das condições de produção do discurso. No entanto, chamam a atenção, na segunda postagem, comentários que fazem referência à política local da cidade.

Quadro 101 – Condições de produção - cenário político local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
279	13/11/2015	Aonde esta essa água?? Pois não chegou nem uma gota na minha residência ,ainda por cima tenho que fica 4hras em uma fila pra conseguir comprar água pra beber... kd? M mostre onde vcs abasteceram essa água em que local foi para essa água potável que vcs informam... <b>ou vcs estão mentindo ou a prefeita de merda ta nos negando água e só dando pro parentes e amigos dela...</b> fala sério revoltada com isso a classe baixa que si lasque né
284	13/11/2015	Essa água ta <b>na casa da prefeitinha e na casa dos parentes dela</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nos comentários do Quadro 101, os usuários citam a prefeita de Governador Valadares e colocam em xeque o modo como está sendo realizada a distribuição da água enviada pela Samarco. Os discursos dizem sobre a possibilidade de o poder político ser utilizado para obter privilégios pessoais naquele contexto.

Importante ressaltar que, na segunda postagem analisada, a condição de identidade – os traços identitários que influenciam no ato de comunicação (CHARAUDEAU, 2009b) – é colocada em evidência. Isso porque muitos usuários se identificam como moradores de Governador Valadares ou “GV” (como eles próprios dizem) ou oferecem indícios que permitem inferir que são moradores da cidade.

Quadro 102 – Condições de produção - condição de identidade

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
198	13/11/2015	Olá samarco mineração ! <b>Sou morador aqui em Governador Valadares</b> cidade que tem sofrido enormemente por descaso. Quero ressaltar que não presencie em momento algum estes dois milhões e quinhentos mil litros de água aqui em <b>nossa cidade governador Valadares</b> pois ainda não foi reestabelecido o abastecimento de água potável. Então sugiro que vocês os responsáveis pela empresa samarco mineradora, sugiro que aumente a sua contribuição em amenizar os danos causados pelo desastre ecológico advindos de vocês. <b>Pois nós não temos como buscar a água.</b> Por favor nus ajude por que não temos recursos financeiros para solucionar os problemas.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse viés, as próprias vítimas se apropriam da plataforma para atuar na disputa de sentidos e compartilhar com os interlocutores a situação vivenciada em Governador Valadares.

#### 4.4.2.2 Especificidades do *Facebook* como um ambiente digital

Em continuidade à investigação sobre as condições de produção dos discursos da segunda postagem analisada, parte-se para a análise das especificidades do ambiente digital e a função que cada elemento cumpre na dinâmica discursiva.

##### 4.4.2.2.1 Marcação<sup>207</sup> do usuário como *link* na postagem

###### Marcação de usuário(s) por outro usuário

Na maior parte dos comentários da segunda postagem – assim como na primeira publicação analisada –, os usuários realizam a ação de marcar outros membros da plataforma sem inserir qualquer tipo de texto na publicação. Mais uma vez, não há uma contextualização sobre o teor da mensagem, e é possível depreender que o enunciador tem a intenção de que o interlocutor – a pessoa marcada no comentário – visualize o conteúdo que o levou a fazer a marcação. No comentário do Quadro 103, o usuário insere a frase “Olha isso também!” que reforça a intenção de que a pessoa citada se inteire sobre as discussões.

<sup>207</sup> **Marcação da empresa pelos usuários:** Na segunda postagem, há apenas um usuário que faz a inclusão da empresa como *link* em seu comentário (42.4). Como a marcação, nesse caso, refere-se à reação diante de uma resposta-padrão dada pela Samarco, o comentário é abordado de forma aprofundada no tópico sobre o uso de padrões de resposta pela mineradora.

**(Não) marcação dos usuários pela empresa:** No que se refere aos comentários da Samarco, a empresa mantém o padrão – observado também na primeira postagem – de não inserir o nome dos usuários como *link* nas mensagens. Por outro lado, ela interage na página sempre com uma resposta ao comentário do sujeito.

Quadro 103 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
241.2	13/11/2015	(Nome do usuário) Olha isso também!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

A marcação de usuários pode ser compreendida como uma ação que possibilita a inserção de novos sujeitos na dinâmica discursiva. Na sequência de comentários a seguir (QUADRO 104), um usuário se manifesta na plataforma respondendo a um questionamento direcionado a ele sobre a veracidade do conteúdo do comunicado divulgado pela Samarco.

Quadro 104 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
189	13/11/2015	Olha aí ( <b>nome do autor do comentário 190</b> ), verdade ou mentira ?
190	13/11/2015	Kaô puro .... até agora ninguém viu essa água. O que nós estamos vendo ( <b>nome do autor do comentário 189</b> ) é o barro e a lama e o rio que eles mataram.
193	13/11/2015	Pois é ( <b>nome do autor do comentário 190</b> ), estou em Campinas-SP, por força maior, que coincidiu de marcarmos consulta médica para mim, minha mãe e irmão aqui, 1 dia antes da tragédia... Fico triste de ver tudo isso... e não poder fazer nada!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio da leitura desses comentários, observa-se que a marcação de usuário(s) por outro usuário também pode representar um “rastros” do ato de comunicação constituído por meio da interação entre duas ou mais pessoas. Do mesmo modo, revela que há, por parte do usuário, a intenção de manter a conversação, uma vez que ele se preocupa em inserir o nome do interlocutor como *link* para que este seja notificado pela plataforma. Na sequência, o autor do comentário 190 (QUADRO 104) faz a marcação para que o seu interlocutor veja que ele respondeu o seu questionamento. A estratégia funciona uma vez que o usuário retorna à plataforma para dar prosseguimento à conversa.

Nesse sentido, a marcação de usuário(s) por outro usuário também pode representar que, naquele contexto de produção de sentidos, houve uma interação entre duas ou mais pessoas. A marcação se configura, assim, como um “indício” do ato de comunicação entre os sujeitos. Isso porque, em uma plataforma como o *Facebook*, diante do grande número

de comentários que podem ser gerados a partir de uma postagem, é possível um usuário atuar na disputa de sentidos sem, necessariamente, interagir com os demais<sup>208</sup>.

No contexto da segunda postagem analisada e diante dos questionamentos sobre a veracidade da informação divulgada pela Samarco, a marcação de usuários ainda funciona como uma forma de buscar outras fontes de informação que possam refutar ou confirmar o que foi dito pela empresa. Essa dinâmica se configura como um desdobramento da possibilidade de inserção de sujeitos na dinâmica discursiva por meio da marcação.

Quadro 105 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
62	12/11/2015	<u>(nome do usuário 1)</u> e <u>(nome do usuário 2)</u> , procede???
62.1	13/11/2015	Amigo(a) <u>(nome do autor do comentário 62)</u> de chegou num vi nem revebi. lamentavel essa nota.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na mensagem acima (62 – QUADRO 105), o autor faz a marcação de outros usuários e insere no comentário a pergunta “procede???” com o objetivo de esclarecer se a mineradora realmente fez o envio da água para a cidade, conforme divulgado no comunicado. O usuário 2 ignora a notificação de marcação, por outro lado, o usuário 1 se insere na disputa de sentidos – após ter sido marcado no comentário – e responde ao autor do comentário 62 contradizendo a informação divulgada pela mineradora.

#### Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Ainda na segunda postagem, a marcação da página da Prefeitura Municipal de Governador Valadares<sup>209</sup> se mostra representativa das condições de produção do discurso. Isso porque, naquele contexto, os usuários utilizavam outras fontes de informação para contrapor os dizeres da Samarco.

<sup>208</sup> Ele pode, por exemplo, fazer um comentário direcionado ao diretor-presidente da empresa que não tenha nenhuma relação com as discussões construídas ao longo das mensagens.

<sup>209</sup> Outro usuário, autor do comentário 43, faz uma marcação que direciona para o perfil “Governador Valadares”. Apesar de não ser uma página, a inclusão da marcação cumpre a mesma função observada no comentário que insere a *fanpage* da Prefeitura de Governador Valadares.

Quadro 106 – Ambiente digital - marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
90	12/11/2015	Mandou como? Quando? Em forma de nuvem para chover aqui? Só pode! Se mandou, pq não chegou? Pq o SAAE não informou? Pq a <b>Prefeitura Municipal de Governador Valadares</b> não confirmou? Vai mentir pra esse bando de paga pau que fica aqui dando os parabéns por uma medida que não é nem um décimo da dívida eterna que vcs terão com toda a bacia do Rio Doce! 13 mil litros de água potável é pra rir, né? NUma cidade em colapso, com 130 mil residência, não dá nem um copo de água cheio para cada casa! É isso que vcs chamam de dar assistência. Lá em Mariana vcs colocaram os pobres coitados em hotéis para fazer média, mas antes tiraram deles suas casas, roupas, bens, móveis e tudo o que eles conheciam como lar! Então tenham vergonha na cara antes de emitir comunicados falsos. Pq vcs podem até vir a mandar qualquer coisa. Mas até agora não mandaram NADA além de morte e destruição!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse contexto, ao inserir a marcação da página da Prefeitura Municipal de Governador Valadares (QUADRO 106), o autor do comentário oferece, como possibilidade, acesso às informações disponíveis na página da Prefeitura, uma fonte de informação alternativa à Samarco. Nesse caso, a marcação cumpre a função de ampliar os sentidos acerca das discussões concernentes ao abastecimento de água em Governador Valadares: ela representa a dimensão da abertura dos sentidos. Além disso, pode gerar a inserção de um novo ator social na disputa de sentidos caso a prefeitura se manifeste após a notificação gerada pelo *Facebook* sobre a menção à sua *fanpage*.

#### 4.4.2.2.2 *Links*<sup>210</sup>

##### *Links* usados pelos usuários

Entre as mensagens analisadas, apenas oito usuários inserem *links* em seus comentários. Na primeira postagem, a maioria utilizou os *links* para agregar conteúdo jornalístico (apropriação do discurso midiático). Já na segunda publicação analisada, os sujeitos preferem adicionar *links* que direcionam para páginas do próprio *Facebook* (62,5% dos casos), como no exemplo do Quadro 107.

<sup>210</sup> No que se refere aos *links* usados pela Samarco, nessa segunda postagem, a empresa segue o mesmo padrão observado na primeira publicação analisada: inclui *links* nas respostas dadas aos usuários que direcionam para a página inicial da mineradora e não para o assunto tratado na publicação.

Quadro 107 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
39.6	12/11/2015	<p><a href="https://www.facebook.com/ElisaCostaOficial/videos/118488218486024">https://www.facebook.com/ElisaCostaOficial/videos/118488218486024</a>  <b>0/</b> sugiro que assista. Todos nós somos vítimas do rompimento da barragem. Não tiramos a dor e nem desmerecemos as pessoas que sofreram em Mariana, até ajudamos enquanto podíamos. A questão é que existem outras cidades vítimas que não estão recebendo o mesmo apoio. Não são apenas dias, não há previsão de retorno de abastecimento. <b>E o anunciado pela postagem infelizmente não condiz com o que estamos vivendo aqui em Governador Valadares</b>, a água enviada atende tão somente escolas e hospitais, <b>somos 280 mil habitantes sem água desde domingo</b>. Aqueles que têm condição tentam adquirir água potável, o que é quase impossível, e onde se encontra fazem-se filas e causa brigas. Escolas são saqueadas e carros pipas escoltados. É quase instinto de sobrevivência. Há cheiro de putrefação de peixes por toda cidade. Gostaria realmente de estar recebendo toda essa ajuda da publicação.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse comentário (QUADRO 107), o autor introduz um *link*, seguido do texto “sugiro que assista”, que direciona para uma postagem publicada à época da ruptura pela prefeita de Governador Valadares, Elisa Costa. Nela, a prefeita informa sobre uma reunião de emergência do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Doce (CBH-Doce) e apresenta a situação vivenciada em Governador Valadares<sup>211</sup>, além de inserir um vídeo que mostra a sua fala durante a reunião.

O usuário faz menção ao comunicado divulgado pela Samarco sobre o envio de água para Governador Valadares “que não condiz com o que estamos vivenciando aqui [...]” e denuncia a situação da cidade. O autor do comentário ainda reforça, ao longo do texto, a sua condição de identidade (CHARAUDEAU, 2009b): “somos 280 mil habitantes sem água desde domingo”. Tal posicionamento pode ser entendido, no contexto da produção de discurso, como uma estratégia de legitimação. Isso porque ele fez uso do domínio sobre um tema (conhecimento sobre a realidade local) e a relação que ele possui com a cidade – como um morador que afirma ser – para legitimar sua fala.

Ao se pensar nas funções do *link* inserido pelo usuário na dinâmica discursiva, as reflexões direcionam para uma multidimensionalidade dessa ação na disputa de sentidos. No que se refere à relação temporal entre os conteúdos, ele pode ser entendido como um *link* do

<sup>211</sup> No texto da postagem, a prefeita afirma que as ações da mineradora para mitigar os efeitos gerados pela chegada da lama são tímidas e que a quantidade de água enviada – 23 caminhões-pipa – não é suficiente para atender a população. Ainda de acordo com ela, “Somente o SAAE e Prefeitura Municipal de Valadares conseguiram trazer os caminhões para abastecimento. O Governo Municipal foi o único responsável que foi a Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro e outras cidades conseguir caminhões pipa. Comunicamos a Samarco, mas quem operacionalmente conseguiu o mínimo foi a Prefeitura de Governador Valadares. Não temos estrutura nenhuma para absorver o desastre ambiental e humanitário”.

tipo “relacionado” (DÍAZ NOCI, 2011), pois a postagem da prefeita foi publicada no mesmo dia do comentário. Assim, o usuário traz à cena discursiva um conteúdo atualizado para referendar o seu posicionamento na disputa de sentidos. Nessa perspectiva, é possível depreender que o *link* endossa o discurso do usuário que o incluiu.

O *link* também representa uma abertura dos sentidos (SILVEIRA, 2011), pois possibilita que os usuários tenham acesso a outras informações sobre o papel desempenhado pela Samarco naquele contexto e a respeito da situação de Governador Valadares a partir da ruptura da barragem. Assim, quanto ao propósito discursivo dos *hiperlinks* (DÍAZ NOCI, 2011), o *link* inserido pelo autor do comentário 39.6 (QUADRO 107) pode ser compreendido com um *link* contextual, que traz à tona informações contextuais sobre o tema da mensagem.

O *link* também se constitui como uma ferramenta que possibilita aos usuários buscar outras fontes de informação. Ao se voltar o olhar para as condições de produção do discurso, entende-se que essa é uma “demanda” dos sujeitos naquele momento. Isso porque eles se veem diante de vários questionamentos acerca da veracidade das informações divulgadas no comunicado da Samarco. Assim, a prefeita de Governador Valadares se torna uma fonte de informação para os usuários da página.

Nesse sentido, é possível afirmar, ainda, que esse *link* também se configura como um *link* de atribuição (DÍAZ NOCI, 2011), utilizado para fornecer detalhes sobre a fonte de informação. Isso porque, ao direcionar para o perfil da prefeita de Governador Valadares, ele permite que os usuários acessem os dados disponibilizados pela/na plataforma sobre a política – como fonte de informação para os usuários. Ademais, o *link* contido nesse comentário acrescenta, à construção discursiva, elementos multimidiáticos ao disponibilizar um vídeo em conjunto com o texto da postagem.

#### Inserção de elementos multimidiáticos

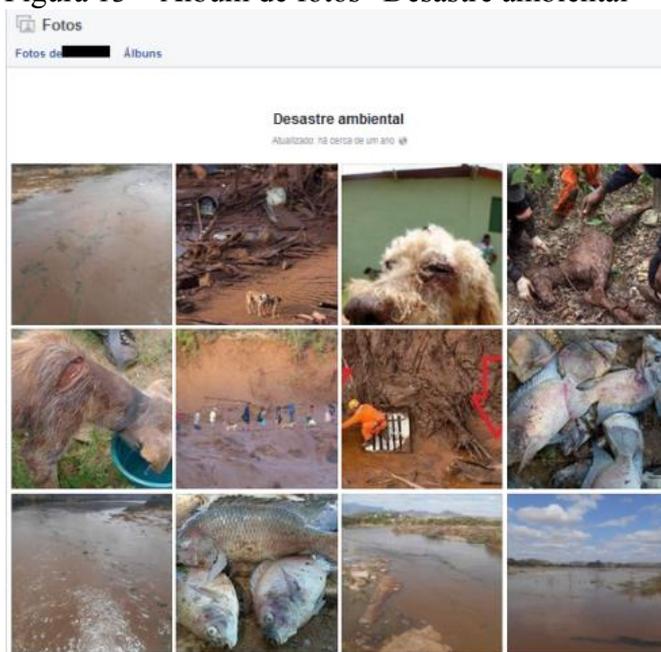
Em referência à inserção de elementos multimidiáticos por meio de *links*, nessa segunda postagem, um dos comentários (QUADRO 108) possui um *link* que direciona para o álbum de fotos denominado “Desastre ambiental”, de autoria de outro usuário, o que imprime na publicação um tom irônico ao associar o álbum de fotos com o texto do comentário “Parabéns’ Samarco!”.

Quadro 108 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
21	12/11/2015	"Parabéns" Samarco! <a href="https://www.facebook.com/patricia.wolfgramm.3/media_set?set=a.10201050526463274.1073741928.1771297697&amp;type=3&amp;pnref=story">https://www.facebook.com/patricia.wolfgramm.3/media_set?set=a.10201050526463274.1073741928.1771297697&amp;type=3&amp;pnref=story</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Figura 13 – Álbum de fotos “Desastre ambiental”<sup>212</sup>

O álbum possui diferentes fotografias relacionadas à ruptura da barragem de Fundão, com destaque para as que mostram o sofrimento de animais e os estragos causados ao rio Doce. Ao inserir esses elementos na dinâmica discursiva (a inclusão é condicionada ao clique do usuário, que pode acessar ou não o *link*), o autor do comentário também contribui para uma abertura dos sentidos por meio da dimensão imagética do discurso. Já que o “tipo” de imagem presente no álbum permite um novo olhar sobre o ocorrido que vai além dos registros divulgados pela empresa em sua página<sup>213</sup>.

Ao se pensar a relação temporal entre o comentário e o *link*, as características do álbum de fotos – que permite a inclusão de imagens ao longo do tempo – ressignificam a proposta de Díaz Noci (2011), uma vez que um mesmo *link* pode ser entendido como relacionado, cronológico e de atualização ao mesmo tempo.

<sup>212</sup> Imagem gerada a partir da captura de tela (*print screen*). Disponível em: <[https://www.facebook.com/patricia.wolfgramm.3/media\\_set?set=a.10201050526463274.1073741928.1771297697&type=3&pnref=story](https://www.facebook.com/patricia.wolfgramm.3/media_set?set=a.10201050526463274.1073741928.1771297697&type=3&pnref=story)>. Acesso em: 6 fev. 2017.

<sup>213</sup> A dimensão imagética do discurso institucional foi abordada no tópico “Análise das postagens da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão (5 de novembro de 2015 a 5 de dezembro de 2015)”.

Quadro 109 – Propósito discursivo *hiperlinks* - relação temporal

<b>Links relacionados</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia.
<b>Links cronológicos</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia ou em dias anteriores.
<b>Links de atualização</b>	Dão acesso a informações relacionadas publicadas posteriormente.

Fonte: Díaz Noci (2011).

No caso específico da postagem analisada, o álbum contém imagens postadas no período entre os dias 9 e 11 de novembro, 13 e 16 de novembro e no dia 23 de novembro. Ou seja, ao incluir esse *link*, o usuário possibilita que os demais sujeitos tenham acesso a conteúdos produzidos e/ou publicados em diferentes períodos.

A respeito dos *links* de apropriação do discurso midiático, aqueles que direcionam para um conteúdo de cunho jornalístico estão presentes em apenas dois comentários da segunda postagem, o que representa 25% do total.

Quadro 110 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
329	13/11/2015	Água contaminada com querosene!!!! <a href="http://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2015/11/valadares-descarta-240-mil-litros-de-agua-da-vale-com-teor-de-querosene.html">http://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2015/11/valadares-descarta-240-mil-litros-de-agua-da-vale-com-teor-de-querosene.html</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima, o usuário inicia a sua fala com uma denúncia: “Água contaminada com querosene!!!!”. Logo após, inclui um *link* relacionado (a notícia foi publicada no mesmo dia da postagem) que direciona para uma notícia do G1 intitulada “Valadares descarta 240 mil litros de água da Vale com teor de querosene”. A matéria aborda o envio de água contaminada com querosene para atender à demanda da cidade de Governador Valadares feito pela Vale, uma das acionistas da Samarco.

A inserção desse *link* também corrobora para uma abertura dos sentidos acerca da ruptura da barragem e, de modo específico, das ações assistenciais prestadas pela Samarco à população atingida. Nesse viés, o *link* cumpre a função de contextualizar as pessoas sobre o tema introduzido pelo usuário e ampliar a visão dos sujeitos sobre o caso (*link* contextual).

Ao discutir o uso de *links*, é preciso abordar também a questão da volatilidade dos discursos produzidos em ambientes digitais, que assumem um “estado transitório” (MAINGUENEAU, 2015).

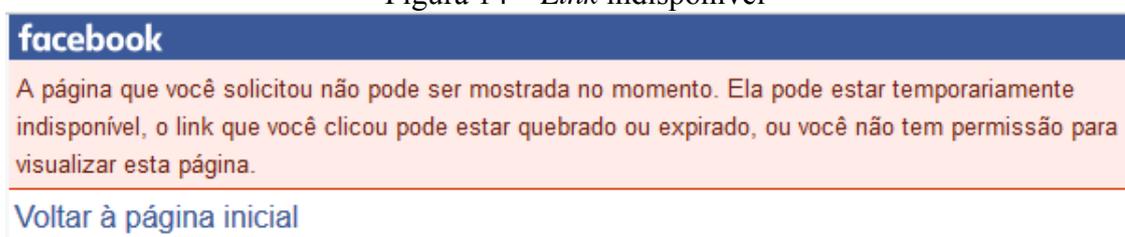
Quadro 111 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
320	13/11/2015	<a href="https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=953979628006411&amp;id=100001831475222">https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=953979628006411&amp;id=100001831475222</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima (QUADRO 111), o usuário inclui um *link* que, pelo que se pode inferir, direciona para um perfil do *Facebook*. A mensagem foi postada no dia 13 de novembro de 2015, no entanto, ao acessar o *link* para realização da análise deste trabalho<sup>214</sup>, o *Facebook* disponibiliza a seguinte mensagem:

Figura 14 – *Link* indisponível

Fonte: Captura de tela do *Facebook*.

No contexto desta pesquisa, o fato de um *link* estar expirado, por exemplo, impossibilita a realização de uma análise aprofundada sobre a função que desempenha na dinâmica discursiva, pois não é possível ter acesso ao conteúdo.

Ainda sobre as particularidades dos discursos produzidos em ambiente digital, uma sequência de comentários na página da Samarco chama a atenção para a possibilidade de edição dos discursos.

<sup>214</sup> Consulta realizada no dia 7 fev. 2017.

Quadro 112 – Ambiente digital - possibilidade de edição dos discursos

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
17.8	12/11/2015	Votei no PT? Sou lixo por estar dando parabéns? É, acho que cabe um processo. <b>Printado</b> .
17.9	12/11/2015	Cabe um processo? Meu Deus, que gente louca.
17.10	12/11/2015	<b>Printado</b> também.
17.11	12/11/2015	Tira <b>print</b> aqui também ( <b>nome do autor do comentário 17.8</b> ) e (nome de outro usuário <sup>215</sup> ). Bando de Filha da Puta. Nem moram em Governador Valadares e ficam aqui comentando o que não sabem. Acha que vai intimidar o povo que mora aqui com esse papinho de processo. vocês são todos loucos, putas e desgraçados. Me processa sua prostituta, <b>FAKE</b> .

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Como é possível observar, o autor do comentário 17.8 (QUADRO 112) usa um tom de ameaça. Ele afirma que irá *printar*<sup>216</sup> os comentários que, na sua visão, o ofendem e são passíveis de um processo judicial. Por meio da análise dessa ação, evidencia-se a dinamicidade dos objetos localizados na rede. Já que os rastros das ações dos usuários – nesse caso, os comentários – podem ser editados ou até mesmo apagados. Após um comentário que critica o seu posicionamento, o autor da mensagem se manifesta novamente no comentário 17.10 e afirma “Printado também”. Essa segunda inserção gera revolta em outro sujeito (17.11) que o desafia demonstrando despreocupação frente às ameaças. O autor do comentário 17.11 assume um posicionamento agressivo na disputa de sentidos e acusa o outro usuário de ser um perfil *fake* (falso).

Ao criar um perfil no *Facebook*, por exemplo, o usuário pode incluir o nome e a foto que desejar e inserir quaisquer outras informações, sem que haja a necessidade de comprovar a autenticidade dos dados<sup>217</sup>. Para Ellison e Boyd (2013), esse processo, presente na constituição de um perfil, pode ser definido como a construção de uma identidade digital. Isso porque, no ambiente *on-line*, há a possibilidade de se compor uma representação baseada na forma como a pessoa deseja ser identificada pelos membros da rede. “O espaço virtual oferece, assim, um cenário propício à atuação de sujeitos enunciadore de diversos tipos, que tem a liberdade de escolher sua identidade e mudar de *ethos*<sup>218</sup> a todo instante no ambiente digital” (NOGUEIRA, 2015, p. 112).

<sup>215</sup> Não foi encontrado nenhum comentário desse usuário na postagem. Provavelmente, ele deletou as mensagens pois, pelo teor do comentário 17.11, o usuário estava participando das discussões.

<sup>216</sup> Ação de utilizar o *Print Screen* (captura de tela).

<sup>217</sup> Importante ponderar que existem mecanismos que permitem detectar perfis falsos no *Facebook* e, caso seja necessário, identificar os sujeitos que estão “por trás” desses perfis.

<sup>218</sup> “Imagem de si” construída pelo enunciador (CHARAUDEAU, 2010).

#### 4.4.2.2.3 Hashtags

Na segunda postagem da Samarco analisada, foram identificadas 18 *hashtags*:

Quadro 113 – *Hashtags*<sup>219</sup> encontradas nos comentários da postagem Comunicado sobre o envio de água para Governador Valadares

#VERGONHA	#samarcomata
#mentira	#NãoFoiAcidente
#naotemagua	#NãoFoiAcidente
#Nãofoiacidente	#ñfoiacidente
#naofoiacidente	#LógicaBolivariana
#NãoFoiAcidente	#naofoiacidente
#naofoiacidente	#somostodosriodoce
#naofoiacidente#cambadadeassassinos	#queroagua
#naofoiacidente	#SamarcoValebHPassassinias

Fonte: Elaboração própria.

#### *Hashtag* #Nãofoiacidente e suas variações

Entre as 18 *hashtags* identificadas nos comentários da segunda postagem analisada, mais da metade (55,55%) corresponde à *hashtag* #Nãofoiacidente e suas variações. Nesse sentido, é possível dizer que essa *hashtag* se ratifica, ao longo da construção discursiva, como um enunciado coletivo que caracteriza a disputa de sentidos na página da Samarco.

Quadro 114 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
132	12/11/2015	Na minha casa não chegou uma gota! #naofoiacidente

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

A *hashtag* aparece nas publicações como único conteúdo do comentário, mas também acompanhada de texto, conforme exemplo acima<sup>220</sup> (QUADRO 114). Como caracterizante das condições de produção do discurso da segunda postagem, a *hashtag* #naofoiacidente vem acompanhada de questionamentos relacionados ao trabalho feito pela mineradora para garantir o abastecimento de água em Governador Valadares.

<sup>219</sup> Em três casos, os usuários fazem uso de mais de uma *hashtag* em um mesmo comentário. As *hashtags* #mentira e #naotemagua estão presentes no comentário 85, #naofoiacidente e #samarcomata na mensagem 141 e #naofoiacidente e #somostodosriodoce na publicação 238. A *hashtag* #naofoiacidente#cambadadeassassinos, contida na mensagem 138, é considerada como apenas uma *hashtag* por não haver espaço entre os dois enunciados. Nesse caso, ao pesquisa-la na plataforma, o Facebook direciona para o arquivo da *hashtag* #naofoiacidente.

<sup>220</sup> Na postagem analisada, são cinco comentários de cada tipo.

Nesse sentido, a apropriação do enunciado #Nãofoiacidente e suas variações demarca uma responsabilização da Samarco pelo ocorrido – a ruptura da barragem de Fundão – que agora impacta os valadarenses. Nesse viés, a *hashtag* cumpre a função de evidenciar que a Samarco é a culpada pela situação da cidade e, por isso, deve arcar com todas as ações para minimizar os efeitos gerados pela chegada da lama.

*Hashtags* #samarcomata, #SamarcoValebHPassassinias e #VERGONHA

As *hashtags* #samarcomata, #SamarcoValebHPassassinias e #VERGONHA dão relevo ao modo como a ruptura da barragem de Fundão ensejou novos dizeres possíveis sobre a Samarco.

Quadro 115 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
339	14/11/2015	#SamarcoValebHPassassinias

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio da *hashtag* #SamarcoValebHPassassinias (QUADRO 115), o usuário amplia a dimensão desse “novo dizer” (que desestabiliza uma memória discursiva relacionada a uma empresa séria e responsável) também para as acionistas da Samarco, a Vale e BHP Billiton. Assim, o acontecimento discursivo, configurado a partir do processo de significação do rompimento da barragem de Fundão, leva a uma ruptura com a linearidade dos sentidos relacionados não somente à Samarco, mas também acerca da atividade mineradora. A responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, destaca o modo como ruptura da barragem de Fundão impactou na imagem da área da mineração como um todo:

Como é que hoje o setor de mineração se posiciona? Como ele é visto? Você acha que a imagem da Samarco ficou só com a Samarco? Lógico que não. Isso aí passou os muros da Samarco e foi para as outras empresas. Hoje, para você licenciar uma barragem, é uma das coisas mais difíceis (FERREIRA, 2017).

Nesse contexto, as pessoas criaram uma “resistência” no que se refere à presença da atividade mineradora “as comunidades hoje não querem nem ouvir falar de barragem” (FERREIRA, 2017).

*Hashtags* #Somostodosriodoce, #queroagua, #mentira e #naotemagua

As *hashtags* #Somostodosriodoce, #queroagua, #mentira e #naotemagua podem ser entendidas como marcas das condições de produção do discurso da segunda postagem analisada. Isso porque elas dão relevo ao momento em que os moradores de Governador Valadares sentiam os primeiros impactos da chegada da lama à cidade pelas águas do rio Doce. Por meio das *hashtags*, os usuários cobram ações da Samarco (#queroagua) e denunciam a situação vivenciada na cidade (#naotemagua e #mentira, como um questionamento ao comunicado divulgado pela Samarco sobre o envio de água para Governador Valadares).

Quadro 116 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
238	13/11/2015	Também gostaria de saber sobre o dano ambiental e sobre o Rio Doce, esquecido até nos pronunciamentos. A tragédia não foi somente em Mariana, ela está se alastrando Rio abaixo e, até o momento, não sabemos qual o plano de vocês em relação a isso! #naofoiacidente #somostodosriodoce

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio do comentário do Quadro 116, o usuário ressalta impactos ambientais gerados pela ruptura da barragem e cobra da empresa um posicionamento já que “até o momento, não sabemos qual o plano de vocês em relação a isso!”. Ao inserir “#Somostodosriodoce” o autor da mensagem faz referência, por meio de uma *hashtag*, ao envolvimento coletivo em prol do rio Doce, assim como a *hashtag* #BrasilEmLutoPorMariana evidenciava, na primeira postagem analisada, o envolvimento dos usuários diante do ocorrido em Mariana.

*Hashtag* #LógicaBolivariana

A *hashtag* #LógicaBolivariana (QUADRO 117) pode ser compreendida como um enunciado que cumpre a função de ampliar os sentidos relacionados à ruptura da barragem de Fundão.

Quadro 117 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
220	13/11/2015	Bem, a empresa é culpada SIM. Se trouxeram alguma água, fizeram bem a quem da obrigação. E a vida aquática? E os prejuízos de ordem econômica? E as vidas que foram ceifadas? Pelo amor de Deus gente, não vamos perder o foco. #LógicaBolivariana

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

A *hashtag* #LógicaBolivariana relaciona as discussões construídas na *fanpage* a um contexto mais amplo (o autor do comentário associa o posicionamento de alguns usuários ao bolivarianismo), em que é possível apreender a materialização da ideologia nos discursos. O termo “bolivarianismo” tem sua origem no nome do general venezuelano do século XIX Simón Bolívar, que liderou os movimentos de independência da Venezuela, Colômbia, Equador, Peru e Bolívia. São chamados de “bolivarianos” os “governos de esquerda na América Latina que questionam o neoliberalismo e o Consenso de Washington (doutrina macroeconômica ditada por economistas do FMI e do Banco Mundial)”<sup>221</sup>.

No contexto da produção de sentidos analisada, o autor do comentário (QUADRO 117) utiliza a *hashtag* #LógicaBolivariana para criticar os usuários que assumem um posicionamento mais “radical” na disputa de sentidos, como aqueles que defendem a realização de protestos na ferrovia da Vale, uma das acionistas da Samarco<sup>222</sup>.

Quadro 118 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
213	13/11/2015	Só Tem uma saída com esse povo ..barrar o escoamento de sua produção. Fazer manifestação e tumulto em todas as repartições que pertença a vale ...parar a circulação da ferrovia ..ficar lá 48 horas e se não atenderem começar com a quebradeira

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Para o usuário que insere a *hashtag* #LógicaBolivariana, a empresa é culpada “SIM” pelo o ocorrido, mas é preciso não “perder o foco” (QUADRO 117). Os sujeitos devem cobrar da mineradora para que ela se responsabilize pelos impactos socioambientais, mas sem assumir um posicionamento “radical”.

<sup>221</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/o-que-e-bolivarianismo-2305.html>>. Acesso em: 25 fev. 2017.

<sup>222</sup> A menção à realização de manifestações também é abordada no tópico 4.2.2.1 Condições de produção.

Quadro 119 – *Hashtags* encontradas nos comentários da postagem Comunicado sobre o envio de água para Governador Valadares

Enunciado coletivo	Novos dizeres possíveis	Marca das condições de produção	Abertura dos sentidos	Marca do envolvimento do usuário
#Nãofoiacidente	#samarcomata	#somostodosrio doce	#LógicaBolivariana	#somostodosriod oce
#naofoiacidente	#SamarcoValeb HPassassinias	#queroagua		
#NãoFoiAcidente		#mentira		
#naofoiacidente	#VERGONHA	#naotemagua		
#naofoiacidente #cambadadeassassinios				
#naofoiacidente				
#NãoFoiAcidente				
#NãoFoiAcidente				
#ñfoiacidente				
#naofoiacidente				

Fonte: Elaboração própria.

#### 4.4.2.2.4 *Emojis*

Ao lançar um olhar sobre os *emojis* presentes na postagem analisada, é possível observar que eles continuam a se constituir como um elemento sintetizador do discurso, conforme no primeiro *post*. Nesse caso, o *emoji* – como forma-síntese – expressa o posicionamento do usuário (ou parte dele) construído ao longo de seu comentário. Os *emojis* também agregam ao discurso uma nova “camada” de sentidos.

Quadro 120 – Ambiente digital - *emojis*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
136	12/11/2015	☹️☹️☹️ vcs terminaram de matar o Rio

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário acima (QUADRO 120), o usuário afirma: “vcs terminaram de matar o Rio”, uma referência à devastação causada pela lama que acometeu o rio Doce. Sua fala se embasa em uma compreensão de que o rio já estava em um processo de destruição devido à poluição. No entanto, somente com a inclusão dos *emojis*, que representam pessoas chorando, é possível perceber que ao posicionamento do usuário está atrelada uma manifestação de tristeza frente ao ocorrido. Nesse viés, o *emoji* cumpre a função de dar “o

tom” ao discurso do usuário, ou seja, a dimensão imagética do discurso agrega a ele uma nova camada de sentidos.

#### 4.4.2.3 Memória discursiva

Para caracterizar a disputa de sentidos constituída na página da Samarco, é preciso observar de que modo a memória discursiva, o já-dito que se faz presente no discurso dos usuários. Assim como na primeira postagem, é possível notar a presença de uma memória discursiva que aciona sentidos relacionados à Samarco de uma empresa séria, responsável social e ambientalmente e que oferece boas condições de trabalho aos seus funcionários.

Quadro 121 – Memória discursiva - empresa séria

<b>Número do comentário</b>	<b>Data</b>	<b>Conteúdo do comentário</b>
61 (trecho)	12/11/2015	A Samarco Mineração sempre se preocupou com o Meio Ambiente, sempre a frente ela busca sustentabilidade, cria projetos com prefeituras e escolas, desenvolve planos de ações. A Samarco sempre esteve na mente das pessoas como uma empresa modelo, em todos os aspectos, empresa onde as pessoas sonhavam em trabalhar, onde os pais queriam seus filhos no futuro. Empresa que ajuda a minha cidade Guarapari, mesmo que indiretamente. Empresa que ajudou no desenvolvimento de todas as cidades onde ela tem atividade. Somos sim dependentes de uma empresa que só agregou nos últimos anos valores sociais, ambientais, educacionais e profissionais. Sim, aconteceu uma tragédia, foi horrível, esta sendo horrível.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco,

No comentário exposto no Quadro 121, o usuário destaca a responsabilidade socioambiental da empresa e faz emergir, por meio do seu discurso, a dimensão da memória discursiva: “A Samarco sempre esteve na mente das pessoas como uma empresa modelo, em todos os aspectos, empresa onde as pessoas sonhavam em trabalhar, onde os pais queriam seus filhos no futuro”. Ao longo do comentário, essa memória discursiva se faz presente por meio da imagem da Samarco enquanto empresa importante para a economia e que trabalha em prol de “valores sociais, ambientais, educacionais e profissionais”.

Por outro lado, também há, nos discursos dos usuários, uma memória discursiva que relaciona a Samarco como uma empresa exploradora.

Quadro 122 – Memória discursiva - empresa exploradora

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
191	13/11/2015	Segundo boletim da assessoria de comunicação da Prefeitura Municipal de Governador Valadares a Samarco está apenas custeando (pagando) alguns caminhões pipa contratados. Custeando de forma obrigada, pq justiça obrigou. Senão não estavam fazendo nada. <b>Uma empresa que tem faturamento de bilhões em 2014 isso é nada.</b> Estamos enviando conta pra eles. Cadê a construção de um novo sistema de captação de água? Povo que vai pagar?

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nessa segunda postagem, a memória discursiva sobre a Samarco como uma empresa exploradora associa-se ao poderio econômico da mineradora. Com base nisso, os usuários fundamentam as cobranças para que a Samarco arque com todos os custos gerados pela ruptura da barragem (QUADRO 122).

Ao contrário da primeira postagem analisada, a memória discursiva acerca da atividade mineradora não se configura como representativa da disputa de sentidos. Por meio do gesto de leitura da AD, é plausível afirmar que essa particularidade relaciona-se às condições de produção do discurso. Isso porque, na primeira postagem, publicada no dia 5 de novembro de 2015 (dia da ruptura), as discussões estavam mais voltadas para a situação em Mariana, cidade que possui uma relação estreita com a atividade mineradora e onde se localiza uma das unidades da Samarco. Já no segundo *post*, publicado no dia 12 de novembro de 2015, as conversas se deslocam para os problemas enfrentados em Governador Valadares devido à chegada da lama pelas águas do rio Doce.

#### 4.4.2.4 Novos dizeres possíveis

Assim como na primeira postagem analisada, a ruptura da barragem de Fundão enseja novos dizeres possíveis que rompem com os sentidos estabilizados acerca da empresa como uma empresa séria. Nesse contexto, os usuários se apropriam do nome da Samarco para se manifestar na disputa de sentidos.

Quadro 123 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
115	12/11/2015	Samarco, o povo está dizendo que a água evaporou no meio do caminho. <b>SamarGo</b> , amargando a vida dos que perderam tudo.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

No comentário 115 (QUADRO 123), o sujeito associa o nome da Samarco a um sentido de amargura (SamarGO), em referência ao impacto gerado pela ruptura da barragem de Fundão na vida “dos que perderam tudo”. Essa nova forma de se referir à empresa aparece após o usuário fazer uso da ironia para criticar a assistência prestada pela mineradora no tocante ao fornecimento de água para a população de Governador Valadares: “o povo está dizendo que a água evaporou no meio do caminho”.

Do mesmo modo, o autor da mensagem do Quadro 124, ao atribuir um novo nome à empresa, ressignifica os sentidos a ela relacionados a partir da ruptura da barragem.

Quadro 124 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
197	13/11/2015	Isso é mentira, segundo pronunciamento da prefeita Elisa Costa, a <b>SABARRO</b> enviou representantes da empresa a Governador Valadares sem autonomia nenhuma pra decidir o que será feito pela cidade. Acho que só vieram pra zombar da nossa cara.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Nesse cenário, a empresa passa a ser lembrada como aquela que causou o rompimento da barragem de Fundão que despejou 32,6 milhões de metros cúbicos de rejeitos<sup>223</sup> de minério de ferro na natureza, gerando um colapso no abastecimento de água em Governador Valadares. Assim, configura-se uma desestabilização da memória discursiva sobre a Samarco Mineração, o que possibilita o surgimento de novos sentidos: a mineradora passou a ser a empresa “da” ruptura da barragem de Fundão.

Quem é hoje a Samarco? Quando eu falo que eu trabalho na Samarco, às vezes as pessoas me olham com cara de dó, olhar de dó, ou com indignação, “você trabalha na Samarco?”. Hoje ela é a empresa do rompimento da barragem, é a empresa que destruiu a bacia do Rio Doce, é a empresa que matou 19 pessoas. Essa é a imagem que a Samarco tem (FERREIRA, 2017).

Nesse contexto, os novos dizeres possíveis também se configuram como marcas da disputa de sentidos uma vez que despertam, entre os usuários, a polarização entre os que acusam a empresa e os que a apoiam, conforme exposto no Quadro 125.

<sup>223</sup> Informação disponível no livro-documento “Um ano do rompimento de Fundão”. Disponível em: <[http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco\\_final\\_baixa.pdf](http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco_final_baixa.pdf)>. Acesso em: 24 fev. 2017.

Quadro 125 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
15	12/11/2015	<b>ASSASSINOS!</b> O dono dessa porcaria devia já estar atrás da cadeia, se este fosse um pai sério!
6	12/11/2015	Embora tenha sido um dano ambiental bastante agravante, e vocês embora então sendo chamados de " <b>assassin</b> os" por muitas pessoas hipócritas, porém, desesperadas estão cumprindo perfeitamente a vontade do povo. Parabéns !

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na sequência de comentários mostrados no Quadro 125, o autor da publicação número 15 inicia o seu discurso com uma acusação: “ASSASSINOS!”. O uso da palavra “assassin

Comentários como o do autor da mensagem 15 (QUADRO 125), para a área de Mídias Digitais da Samarco, não demonstram uma intenção de diálogo com a mineradora e, por isso, não recebem retorno da empresa: “Quando você vai falar ‘fora, Samarco’, ‘assassin

Nesse momento, é possível perceber, na fala da responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, a presença da justificativa da mineração com base na necessidade dela para a subsistência humana (estratégia discursiva representativa da disputa de sentidos observada na primeira postagem analisada).

Todo mundo usa computador, usa carro, usa celular, a roupa que você usa é feita em uma máquina de aço, que é produzida a partir do minério de ferro. O prédio, a casa que você mora, tudo ali dentro tem mineração, não estou falando só do minério de ferro, de tudo. O dentista que você vai, ele usa coisas ali de ouro, de titânio... Marca-passo... O mundo não existe sem mineração. O povo fala “ah, isso é discurso”, mas não é. Prescinde da mineração para você ver o que acontece. A gente vai voltar à época das cavernas (FERREIRA, 2017).

Nesse viés, segundo o modo econômico da sociedade, a mineração se configura como uma atividade essencial para a humanidade.

#### 4.4.2.5 Os sentidos e as palavras

Ao se refletir sobre a relação entre os sentidos e as palavras, mais uma vez faz-se pertinente abordar a forma como os usuários fizeram referência à ruptura da barragem de Fundão na página. Na segunda postagem, eles denominam o ocorrido como “acidente”, “tragédia”, “desastre”, “crime”, “catástrofe” e “devastação”, entre outros. Para discutir a dinâmica de atribuição de sentidos, as palavras “acidente” e “tragédia” são analisadas em profundidade por se entender que são representativas da disputa de sentidos configurada na página.

##### 4.4.2.5.1 Referência ao ocorrido: “acidente”

Uma pequena parte dos usuários faz o uso da palavra “acidente” sem atribuir, em seu discurso, a responsabilização do ocorrido à Samarco.

Quadro 126 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
242	13/11/2015	É verdade. Fico a imaginar o que se passa na cabeça das pessoas que perderam tudo e ainda seus entes no local do <b>acidente</b> . Não há nada que pague. Só DEUS pode dar o conforto e a paz necessários para suportarem.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

A maioria dos usuários usa o termo “acidente” para denunciar o abrandamento da culpabilização da Samarco ocasionado pelo uso dessa palavra naquele contexto. Parte deles utiliza a *hashtag* #nãofoiacidente e suas variações, conforme discutido no tópico sobre a função que as *hashtags* cumprem na dinâmica discursiva. Já outros usuários fazem referência ao eufemismo presente na utilização da palavra “acidente” sem recorrer a nenhum elemento característico do ambiente digital (QUADRO 127).

Quadro 127 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
215	13/11/2015	Nos somos obrigados a sofrer as consequências da ganancia de vcs? <b>Sim isso não foi um acidente</b> foi e esta sendo um descaso com o povo brasileiro

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na mensagem (QUADRO 127), o usuário dá relevo à responsabilidade da Samarco pelo ocorrido. Assim, a população não deve “pagar” por algo que ocorreu devido à ganância: “isso não foi um acidente foi e esta sendo um descaso com o povo brasileiro”.

#### 4.4.2.5.2 Referência ao ocorrido: “tragédia”

No tocante ao uso da palavra “tragédia” para fazer referência ao ocorrido, observa-se os mesmos padrões encontrados na primeira postagem analisada: no primeiro caso, os usuários fazem menção à tragédia sem atribuir culpa à Samarco.

Quadro 128 – Referência ao ocorrido - tragédia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
61 (trecho)	12/11/2015	(...) Sim, aconteceu uma <b>tragédia</b> , foi horrível, esta sendo horrível. Muitas pessoas sem lares, pessoas sofrendo, mortes, o caos formado em todas as regiões que essa lama vem percorrendo, mas a empresa esta mostrando sua preocupação, a empresa esta correndo atras de amenizar essa <b>tragédia</b> . Vamos parar um minuto e pensar para onde temos que direcionar nossas energias, ficar jogando pedras, difamando, compartilhando o caos, isso não leva a lugar nenhum. Vamos refletir um pouco em como a empresa é importante para todos, e como podemos ajudar nessa crise. Seja com campanhas de arrecadações, seja com pedidos de ajuda em massa para outras empresas. É a hora do Brasil mostrar esse calor e essa força que ele tem em ajudar as pessoas, brasileiro que é brasileiro de verdade sente a dor do outro e faz o possível para ajudar. Agora é a hora de mostrar o quão forte podemos ser, e através dessa <b>tragedia</b> possamos aprender que a natureza também sofre com tudo que fazemos. (...) Então que Deus possa olhar por aqueles que sofrem, que ele possa nos perdoar pelos diversos mal entendidos, e que a força da natureza nos mostre que ela é capaz de aguentar essa devastação e não o contrario. Boa Noite.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No trecho acima (QUADRO 128), o usuário inicia a sua fala demonstrando empatia ao sofrimento das vítimas e utiliza a palavra “tragédia” sem que haja menção à responsabilidade da Samarco pelo ocorrido: “a empresa esta correndo atras de amenizar essa tragédia”. Além disso, ele destaca a importância da empresa para sociedade e, diante disso, faz um apelo para que os demais direcionem suas energias para a realização de ações de

auxílio às vítimas. Para isso, ele utiliza um discurso a fim de gerar no interlocutor moções emocionais: “É a hora do Brasil mostrar esse calor e essa força que ele tem em ajudar as pessoas, brasileiro que é brasileiro de verdade sente a dor do outro e faz o possível para ajudar”, o que pode ser interpretado como uma estratégia de captação. Ao mesmo tempo em que reconhece que a natureza “também sofre com tudo que fazemos”, dá relevo à capacidade de a própria natureza reparar os danos causados pela ruptura: “e que a força da natureza nos mostre que ela é capaz de aguentar essa devastação e não o contrário”.

Não obstante, outros usuários usam a expressão “tragédia” ligada a um sentido de previsibilidade, uma “tragédia anunciada”.

Quadro 129 – Referência ao ocorrido - tragédia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
92	12/11/2015	Matou nosso rio, matou o futuro do meu filho de 8 meses e é tudo mentira, não estão acatando a ordem do Ministério Público. <b>Tragédia anunciada</b> , não é atoa que a Vale mudou de "Vale do Rio Doce" para "Vale" a empresa já sabia que em breve acabaria com o Rio Doce. Nenhuma das duas empresas estão nos "Valendo" de nada. Att: Valadarense de 26 anos de idade e o resto da vida de tristeza.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor do comentário acima (QUADRO 129) apresenta, ao longo do texto, aspectos identitários que evidenciam a sua condição de identidade (CHARAUDEAU, 2009b): ele diz ser um valadarense, de 26 anos e pai de uma criança de oito meses. O usuário denomina a ruptura da barragem de Fundão como uma “tragédia anunciada”. Para ancorar sua fala, faz referência à mudança no nome da Vale, antes Vale do Rio Doce, ocorrida em 2007<sup>224</sup>. “[...] não é atoa que a Vale mudou de "Vale do Rio Doce" para "Vale" a empresa já sabia que em breve acabaria com o Rio Doce”. Nesse viés, o autor da mensagem faz uma relação com a alteração feita no nome da acionista da Samarco e aquela provocada pelo rompimento: em ambas, “apagaram” o rio Doce.

#### 4.4.2.6 Posições enunciativas

Como representativo das condições de produção da segunda postagem analisada, os usuários assumem uma posição de “informante” com vistas a esclarecer as questões relacionadas à distribuição de água em Governador Valadares (QUADRO 130).

<sup>224</sup> Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/vale-do-rio-doce-passa-se-chamar- apenas-vale-4137583>>. Acesso em: 9 fev. 2017.

Quadro 130 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
171	13/11/2015	A UNICA AGUA QUE CHEGOU foi dispensada por estar IMPROPRIA. Os galões de agua mineral enviados pela vale serão distribuídos amanhã.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Já no comentário abaixo (QUADRO 131), o autor orienta os moradores “Povo de Valadares e região”, assumindo a posição de um advogado.

Quadro 131 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
340	14/11/2015	Povo de Valadares e região! Que puder comprem caminhão pipa de água e água mineral!! Qualquer água que comprem! Pecam nota fiscal e já solicitem o reembolso a empresa! Caso não seja concedido entre com uma ação e peçam o valor pago em dobro mas dano moral! Água é item de necessidade básica! A população não tem que ficar mendigando! A população tem que fazer os seus direitos serem cumpridos e não esperem pelo governo para isso, nem pela empresa! Se UNAM! Duvido que is diretores da empresa estejam sem água!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Assim como na primeira postagem, os sujeitos atuam na disputa de sentidos por meio de um discurso que se mostra “especializado” sobre o tema mineração.

Quadro 132 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
3.4	12/11/2015	(Nome do autor do comentário anterior), não sou especialista, mas não tem como, nas mineradoras em geral ela vem como polpa (lama) do próprio processo produtivo, por isso a barragem é necessária, se não seria somente um espaço aberto para rejeitos sólidos. A tendência é secar na barragem, mas como chega polpa todo o dia (enquanto está produzindo) isso não acontece.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário acima (QUADRO 132), apesar de o usuário afirmar “não sou especialista”, o seu discurso é construído por meio de características relacionadas a um conhecimento técnico sobre a atividade mineradora. O usuário inclusive utiliza termos técnicos e apresenta um sinônimo, “polpa (lama)”, para que os leigos possam compreender sua fala. Esse tipo de posicionamento gera críticas na página.

Quadro 133 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
309.1	13/11/2015	Não dá pra concorrer com tanto especialista. Eu não tenho tanto conhecimento... 😞

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O autor do comentário exposto no Quadro 133 emprega ironia para (des)credibilizar a fala daqueles que assumem na disputa de sentidos uma posição de “especialista”.

#### 4.4.2.7 Disputa de sentidos: Empresa X Usuários

Para caracterizar a disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco, aborda-se a forma como os usuários reagiram ao comunicado<sup>225</sup> da empresa sobre o envio de água para Governador Valadares, postagem analisada nesse segundo momento.

Já por meio do primeiro comentário feito no *post*, instaura-se um embate discursivo que se constitui como representativo do processo de produção de sentidos na segunda postagem analisada. Nesse contexto, a polarização entre os usuários que defendem a Samarco e aqueles que a acusam fica em eminência na página.

Quadro 134 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
1	12/11/2015	<b>Parabéns!!!!!!</b>
1.1	12/11/2015	<b>Parabéns??</b> Mataram o Rio Doce, acabaram com a água de 500 mil pessoas!! <b>Isso é obrigação!!</b>
1.2	12/11/2015	<b>Parabéns</b> pelo estrago Samarco, so se for
1.3	12/11/2015	Não acredito que li isso!!! <b>Parabéns</b> por que??? Eles não estão fazendo nenhum favor nem prestando serviço, <b>estão apenas fazendo mais que a OBRIGAÇÃO</b> e eu ainda acho pouco perto de tudo que aconteceu!!!
1.4	13/11/2015	Você está certa (nome do usuário autor do comentário 1),você tbm está vendo esse lado bom para os moradores.Infelizmente neh muitos são ignorantes e nem sabem oq estão falando.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

<sup>225</sup> Texto da postagem: “Por meio do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE), enviamos ao município de Governador Valadares (MG) mais de 2 milhões e 500 mil litros de água para ajudar no abastecimento dos moradores da cidade, além de 13 mil litros de água potável. Todos os esforços necessários estão sendo feitos para ampliar a capacidade diária de abastecimento que, a partir de amanhã, passa a ser de 2 milhões e quatrocentos mil litros por dia”.

Na sequência do Quadro 134, o primeiro usuário a comentar na postagem parabeniza a empresa pela ação empreendida, o que gera revolta em alguns dos interlocutores – fundamentados pela ideia de que a empresa “não fez mais que a obrigação” – e apoio por parte de outros.

No primeiro caso, os usuários – por meio do uso do enunciado “Não fez mais que a obrigação” e suas variações – destacam que a Samarco, culpada pela ruptura, tem a incumbência de arcar com todas as ações que visam a mitigar os danos. No âmbito da construção discursiva, esse posicionamento frente ao comunicado dá relevo à responsabilidade da Samarco pelo ocorrido. Sendo assim, o trabalho desenvolvido pela empresa não deve ser motivo de agradecimento ou parabenização por parte dos sujeitos, pois ela tem a obrigação (moral e legal) de assumir as consequências do rompimento.

Para isso, os usuários utilizam o conhecimento que afirmam ter sobre a realidade local e, com base nesse recurso, produzem um movimento de (des)credibilização do discurso institucional.

Quadro 135 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
208	13/11/2015	A empresa Samarco tanto divulga que está enviando trem ou caminhões pipa com água a Valadares, mas <b>a realidade é outra</b> . Pois nenhum morador vê chegando trens ou caminhões transportando água para abastecer a população. Cidade praticamente parada por falta da água. E tanto a Vale quanto o SAAE estão localizadas na área central da cidade que seria impossível a população não vê o combóio de vagões e caminhões pipa circulando pelo centro de Governador Valadares. Invento outra <b>mentira</b> Mineradora Samarco

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário acima (QUADRO 135), o usuário coloca em oposição a divulgação feita pela Samarco e a situação vivenciada pelos moradores: “a realidade é outra”. Com base no conhecimento que demonstra ter sobre a cidade (vide a indicação da localização da Vale e do SAAE), ele (des)credibiliza o discurso institucional, pois não se vê, na prática, o que é dito pela empresa em suas publicações na página. No final, o usuário faz menção ao que foi dito no comunicado divulgado pela mineradora como uma “mentira”, posicionamento que se configurou como uma constância na disputa de sentidos.

Diante da fala das pessoas que afirmam que a informação contida no comunicado oficial é uma mentira, o autor do comentário a seguir (QUADRO 136) – que se coloca como alguém que não mora em Governador Valadares – manifesta-se na página.

Quadro 136 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
179	13/11/2015	Que absurdo eles falaram que mandaram água e os moradores estão falando que não chegou nada!!! Inacreditável isso!!! Acredito nos moradores!!! Samarco sua falcatrua !!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Por meio do gesto de leitura da AD, é possível depreender que o autor do comentário observa que os usuários – que se identificam como moradores de Governador Valadares – afirmam que as informações contidas no comunicado divulgado pela empresa não correspondem à realidade. Diante disso, ele “toma partido” e diz acreditar nos moradores. Demonstrando empatia com os demais, o autor da mensagem declara “Samarco sua falcatrua !!!”, um enunciado que aciona sentidos semelhantes aos utilizados pelos valadarenses.

Nesse cenário em que há presença de informações divergentes, os usuários recorrem a outras fontes, além da Samarco, para tratar sobre a situação de Governador Valadares naquele momento.

Quadro 137 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – (des)credibilização do discurso institucional - Outras fontes de informação<sup>226</sup>

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
51	12/11/2015	A Prefeitura Municipal de Gov. Valadares e o SAAE ainda nao confirmaram essa informacao a populacao...
229	13/11/2015	O saae nega!!!e aí???

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

Nos comentários do Quadro 137, os usuários trazem à cena discursiva informações, segundo eles, divulgadas pela Prefeitura Municipal de Governador Valadares e o Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE), que (des)credibilizam o discurso institucional. Por meio da citação de outras fontes de informação, os autores fragilizam a confiabilidade dos dados divulgados pela Samarco.

Também como ocorre na análise da primeira postagem, os usuários demonstram reconhecer, com base na divulgação do comunicado, a existência de profissionais de comunicação que gerenciam as publicações presentes na página.

<sup>226</sup> Essa estratégia discursiva também foi identificada na análise sobre a função que os *links* cumprem na dinâmica discursiva.

Quadro 138 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
141	12/11/2015	Não sei o que é pior. A qualidade do serviço de assessoria para momento de crise da empresa ou a falta de vergonha para essa mentirada. Não veio água, vocês estão se negando a cumprir a liminar da justiça e se quer moveram para resgatar algo do rio. #naofoiacidente #samarcomata

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Na publicação acima (QUADRO 138), o usuário critica a qualidade do serviço de assessoria naquele momento de crise. Com base no conhecimento sobre a realidade local – ele afirma que não veio água –, o autor do comentário sustenta que aquilo divulgado no comunicado da Samarco é uma “mentirada”. Além disso, de acordo com o usuário, a empresa não está honrando com seus compromissos. Por fim, ele insere duas *hashtags* que evidenciam a responsabilização da Samarco pelo rompimento da barragem de Fundão.

Assim como na primeira postagem analisada, a ironia – como estratégia para se posicionar na página frente ao comunicado da mineradora – apresenta-se como uma das constâncias observadas na produção de sentidos.

Quadro 139 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
54	12/11/2015	Esqueceram de colocar no texto que já enviaram mais de 2 milhões e 500 mil litros de água com LAMA!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Nesse comentário (QUADRO 139), o usuário se apropria de uma estratégia da empresa, a quantificação das ações realizadas, para se posicionar de modo irônico frente ao comunicado divulgado. No *post*, a empresa afirma que enviou “mais de 2 milhões e 500 mil litros de água”. Por meio da ironia, o autor do comentário “sugere” uma edição no texto da postagem: é preciso incluir que a Samarco já enviou “mais de 2 milhões e 500 mil litros de água com LAMA!!”.

## 4.4.2.7.1 Padrões de resposta da Samarco

Assim como na primeira postagem, os gerenciadores da *fanpage* da Samarco utilizam padrões de resposta para interagir com os usuários. Seguindo a análise, é possível reconhecer oito padrões:

Quadro 140 – Padrões de respostas da Samarco

<b>Resposta-padrão 1: Monitoramento das barragens</b>	Oi, (nome do usuário). As barragens de Germano e Cava de Germano estão sendo monitoradas e asseguramos que não foi constatada nenhuma trinca nas inspeções feitas logo após o acidente na Barragem do Fundão. Existem instrumentos que estão monitorando e não indicam nenhuma anomalia que possa vir a romper as outras barragens. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
<b>Resposta-padrão 2: Expansão da mancha</b>	Olá, (nome do usuário). A expansão da mancha que avança no Rio Doce está sendo permanentemente monitorada pela empresa. A Samarco está tomando todas as providências possíveis para mitigar os impactos ambientais gerados e, em caso de necessidade, auxiliar prefeituras e as comunidades em eventuais ocorrências. A coleta de amostras de água nos trechos impactados já foi iniciada e terá continuidade até a normalização da situação. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
<b>Resposta-padrão 3: Distribuição de água</b>	Oi, (nome do usuário). A distribuição de água para os municípios de Colatina e Baixo Guandu foi iniciada na segunda (09). A empresa também disponibilizou uma aeronave para sobrevôos na região e está executando, em conjunto com o IEMA, um plano de monitoramento envolvendo especialistas a fim de avaliar os impactos da passagem da pluma. Ações integradas com órgãos estaduais e municipais também estão sendo desenvolvidas. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
<b>Resposta-padrão 4: Composição do rejeito</b>	Olá, (nome do usuário). Informamos que o rejeito é formado, em sua maioria, por sílica (um tipo de areia) e não apresenta nenhum risco à saúde. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
<b>Resposta-padrão 5: Causas do ocorrido + Fiscalização das barragens</b>	Olá, (nome do usuário). 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 anormalidade. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .

<p><b>Resposta-padrão 6: Plano de Ação Emergencial de Barragens</b></p>	<p>Olá, (nome do usuário). Informamos que colocamos em ação, juntamente com Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes, todas as ações previstas no nosso Plano de Ação Emergencial de Barragens – validado pelos órgãos competentes, em função do rompimento das barragens de Fundão e Santarém, localizadas no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana (MG). Abrimos um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a>.</p>
<p><b>Resposta-padrão 7: Abastecimento de água em Governador Valadares</b></p>	<p>Olá, (nome do usuário). A Samarco, por meio do Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE), já enviou ao município de Governador Valadares (MG) mais de 4 milhões de litros de água potável para ajudar no abastecimento da cidade. Também foram entregues 82 mil litros de água mineral à Polícia Militar, que está responsável pela distribuição. Neste momento, todos os esforços necessários estão sendo feitos para ampliar a capacidade diária de abastecimento. Isto será feito até que seja possível normalizar o tratamento e abastecimento de água na cidade. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a>.</p>
<p><b>Resposta-padrão 8: Envio de água contaminada</b></p>	<p>Olá (nome do usuário). A água foi coletada no local indicado pela Copasa, em Ipatinga, e transportada em vagões-tanque. Ressaltamos que estes vagões só transportam água e nunca transportaram querosene. A água foi entregue em Governador Valadares em local acordado com a prefeitura. Essa, por sua vez, se responsabilizou pelo transporte da água em caminhões-pipa, que não são de responsabilidade da Vale.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Percebe-se que esses padrões “dizem” sobre as condições de produção do discurso da segunda postagem analisada. Isso porque, assim como ocorre com os comentários dos usuários nessa segunda postagem, observa-se a inclusão de questões relacionadas ao meio ambiente e à distribuição de água em Governador Valadares. Essas temáticas relacionam-se com a situação vivenciada na cidade com a chegada da lama gerada pela ruptura de barragem de Fundão às águas do rio Doce.

Torna-se pertinente abordar, de forma aprofundada, o uso da resposta-padrão 8. Nela, a Samarco se posiciona sobre o envio de água contaminada com querosene para Governador Valadares feito pela Vale, uma das acionistas da mineradora. No primeiro momento, como é possível inferir no Quadro 140 com a “Resposta-padrão 8: Envio de água contaminada”, a Samarco assume a responsabilidade pelo ocorrido e presta esclarecimentos sobre o caso: “Ressaltamos que estes vagões só transportam água e nunca transportaram querosene”. Somente ao final do texto, a empresa faz menção à Vale, mas para reforçar que os processos que eram de responsabilidade dela seguiram rigorosamente o planejamento.

Após se posicionar na página sobre o caso, por meio da resposta-padrão apresentada acima, a empresa alterou o texto da publicação.

Quadro 141 – Padrões de respostas da Samarco

<p><b>Resposta-padrão 9: Envio de água contaminada (variação)</b></p>	<p>Oi, (nome do usuário). Em nota, a Vale esclareceu que coletou a água no local indicado pela Copasa, em Ipatinga, e a transportou em vagões-tanque usados para combates a incêndios florestais. Estes vagões só transportam água e nunca transportaram querosene. A Vale entregou a água em Governador Valadares em local acordado com a prefeitura. Essa, por sua vez, se responsabilizou pelo transporte da água em caminhões-pipa, que não são de responsabilidade da Vale. Representantes da empresa estão entrando em contato com a administração municipal para esclarecer o ocorrido. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a>.</p>
---	--

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de resposta na *fanpage* da Samarco.

Nesse segundo momento (QUADRO 141), a Samarco “transfere” a responsabilidade do ocorrido para a Vale: o nome da acionista aparece já na primeira frase da publicação. Além disso, a Samarco evidencia que o conteúdo do comentário refere-se a uma nota publicada por outra empresa. Ou seja, ela não se coloca como a fonte de informação, mas divulgadora dos esclarecimentos prestados pela sua acionista. Sendo assim, percebe-se, na resposta-padrão 9, um reforço à responsabilização da Vale em contraposição ao papel atribuído à Samarco como gerenciadora de todas as ações relacionadas à minimização dos impactos gerados pela ruptura da barragem de Fundão.

No que se refere à reação dos usuários frente às respostas-padrão da empresa, a sequência de comentários do Quadro 142 permite tecer apontamentos sobre essa dinâmica por se apresentar como representativa da disputa de sentidos configurada na página.

Quadro 142 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
42	12/11/2015	Sabe quanto tempo pode levar pro rio ser descontaminado e a água ficar própria pro consumo novamente ? Mais de 100 ANOS ! Então é bom a Samarco preparar o estoque de água, porque vai precisar de mandar bastante viu.
42.1 Resposta-padrão 2: Expansão da mancha	13/11/2015	Oi, (nome do autor do comentário 42). A expansão da mancha que avança no Rio Doce está sendo permanentemente monitorada pela empresa. A Samarco está tomando todas as providências possíveis para mitigar os impactos ambientais gerados e, em caso de necessidade, auxiliar prefeituras e as comunidades em eventuais ocorrências. A coleta de amostras de água nos trechos impactados já foi iniciada e terá continuidade até a normalização da situação. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
42.2	13/11/2015	Me desculpa mas eu não acredito nessa conversa fiada não. Por qual motivo não tinha pelo menos uma sirene pra avisar os moradores que a

		Lama tava descendo morro abaixo ?
42.3 Resposta-padrão 6: Plano de Ação Emergencial de Barragens	13/11/2015	Olá, (nome do autor dos comentários 42 e 42.2). Informamos que colocamos em ação, juntamente com Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes, todas as ações previstas no nosso Plano de Ação Emergencial de Barragens – validado pelos órgãos competentes, em função do rompimento das barragens de Fundão e Santarém, localizadas no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana (MG). Abrimos um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a> .
42.4	13/11/2015	<b>Samarco Mineração</b> não respondeu a pergunta...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O primeiro comentário do usuário foi construído como uma observação sobre os impactos provocados pela ruptura da barragem de Fundão no rio Doce e o tempo que levará para que esses danos sejam reparados (QUADRO 142). Além disso, ele reforça a responsabilidade da Samarco pelo ocorrido ao afirmar: “Então é bom a Samarco preparar o estoque de água, porque vai precisar de mandar bastante viu”. Apesar de a mensagem não se constituir como um questionamento direto à Samarco, a empresa se manifesta na página em resposta à publicação. Para isso, ela utiliza a resposta-padrão 2 (QUADRO 140): “Expansão da mancha”, em que afirma que a “mancha” que avança pelo rio Doce está sendo monitorada pela empresa, que está tomando todas as providências para minimizar os impactos socioambientais.

O usuário se mostra insatisfeito com a resposta e faz um questionamento para a Samarco: “Por qual motivo não tinha pelo menos uma sirene pra avisar os moradores que a Lama tava descendo morro abaixo?”. Diante da pergunta, a Samarco se manifesta por meio da resposta-padrão 6 (QUADRO 140): “Plano de Ação Emergencial de Barragens”, que não aborda de forma direta a questão da sirene. Nesse sentido, é possível afirmar que a empresa apenas ouviu o usuário, mas não o escutou (JENKINS *et al.*, 2014). Isso porque os gerenciadores da *fanpage* se preocuparam em não deixá-lo sem retorno, mas não responderam, de fato, a pergunta que ele havia feito.

À vista disso, o usuário intervém mais uma vez para dizer: “**Samarco Mineração** não respondeu a pergunta...”. O sujeito faz o questionamento com o uso da marcação do nome da empresa como *link*, o que, naquele contexto, reforça a sua intenção de garantir a manutenção do ato linguageiro (ele deseja ter a resposta da mineradora). Essa intenção é apreendida pela responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco que entende a ação de marcação da empresa como uma demonstração de intenção de diálogo por parte do usuário: “Se marcou, é porque quer dialogar com a nossa página” (FERREIRA, 2017). Apesar disso, a Samarco não retornou à página para respondê-lo.

Uma das questões que vieram à tona somente após a ruptura da barragem de Fundão foi a inexistência de sistemas de alarme sonoro, uma exigência legal, e de profissionais qualificados para atuar junto à população em casos de emergência (ANDRADE *et al.*, 2016). Ao refletir sobre os discursos analisados, é possível depreender que o alicerce discursivo – o interdiscurso – relacionado à Samarco, como empresa responsável socioambientalmente, funcionava como um “cinturão” na produção de sentidos e impedia que questões relacionadas à negligência da empresa se inscrevessem na construção discursiva, cenário que se alterou a partir da ruptura da barragem.

Também é possível observar, na dinâmica discursiva, que parte dos usuários se manifesta sobre as respostas-padrão da Samarco dada a outros usuários.

Quadro 143 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão

<b>Número do comentário</b>	<b>Data</b>	<b>Conteúdo do comentário</b>
326.2	14/11/2015	A Samarco Mineração fez igual a Presidente Dilma... falou... falou... falou... E não respondeu nada do que foi perguntado. (Em relação à resposta padrão 8)

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O autor do comentário acima (QUADRO 143) critica a resposta-padrão 8 da Samarco que presta esclarecimentos sobre o envio de água contaminada para Governador Valadares. A resposta foi dada a outro usuário – que não se manifesta sobre ela – no comentário anterior (326.1). Mas é o autor do comentário 326.2 que atua na disputa de sentidos com vistas a questionar o posicionamento da empresa que, para ele, apesar de se fazer presente na página, não responde o que foi perguntado.

#### 4.4.2.8 Disputa de sentidos: Usuários X Usuários

No tocante à disputa de sentidos constituída entre os próprios usuários nessa segunda postagem, uma estratégia se configura como representativa: o conhecimento sobre a realidade local.

Quadro 144 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
50.2	12/11/2015	<p>Não sei de onde você é, mas certamente não tem ideia do que está dizendo. Governador Valadares está em estado de calamidade, o rio que abastece a cidade está morto e precisa de 100 anos para se recuperar. Não há distribuição de água nem outra captação de água. Caminhões de água estão sendo saqueados, assim como escolas e creches públicas (que ainda recebem água porque os alunos não tem o que comer ou beber em casa). Distribuidores jogam o preço do galão de água lá em cima, quem tem sorte encontra pra comprar. Gente de bom coração disponibiliza água de seus poços artesianos. E não, ainda não chegou ajuda nenhuma da Samarco. Mais cidades também estão no rastro de destruição causado por esse dano ambiental! Tenha empatia ou o mínimo de bom senso ao pontuar sua opinião.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O usuário constrói o seu discurso segundo o conhecimento que diz possuir sobre a situação vivenciada em Governador Valadares devido à chegada da lama. De acordo com o usuário, a cidade está em “estado de calamidade” e as consequências da agressão ao rio Doce serão sentidas em longo prazo, pois “precisa de 100 anos para se recuperar”, enunciado que revela a dimensão dos impactos gerados pela ruptura da barragem de Fundão.

Ele traz à tona os problemas correlatos à falta de água, tais como o roubo a caminhões-pipa, escolas e creches públicas na cidade. Além disso, conta que a impossibilidade de captação de água do rio Doce trouxe impactos econômicos, com o desequilíbrio entre a oferta e a demanda de galões de água e o consequente aumento dos preços. Ainda revela que, naquele contexto, também emerge a solidariedade entre as pessoas em contraposição à omissão da Samarco “Gente de bom coração disponibiliza água de seus poços artesianos”.

O conhecimento sobre a realidade local, presente na fala dos usuários que se identificam como moradores de Governador Valadares, está relacionado à construção da legitimidade da fala. Nesse viés, aqueles que estão na cidade e vivenciam os impactos da chegada da lama têm legitimidade para atuar na disputa de sentidos. Esse entendimento gera um movimento de (des)legitimação daqueles usuários que se manifestam na página, mas que não “sentem na pele” as consequências do rompimento da barragem de Fundão, como é possível observar na sequência de comentários abaixo (QUADRO 145):

Quadro 145 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários – conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
17.5	12/11/2015	Manda esse povo vir pra GV, quem sabe assim eles mudam de idéia!
17.6	12/11/2015	Tá dando os parabéns ,mas mora onde? é cada coisa!
17.7	12/11/2015	Todo mundo dando parabéns pra samarco pq tem água em casa. Só olham pro próprio umbigo mesmo. Sou de Valadares e falo: tá pouco ainda pelo aperto que a gente ta passando.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Na disputa de sentidos, os usuários também assumem posicionamentos que amenizam – em certa medida – a culpabilização da Samarco pelo ocorrido.

Quadro 146 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
190.1	13/11/2015	(Nome do autor do comentário anterior), bom dia... Licença de responder no seu comentário mas descordo de quem tenha matado o Rio Doce seja a empresa. Ela só foi a tampa do caixão, quem matou o Rio Doce foi a humanidade, nós próprios. E eu já vi comentários de famílias que receberam sim a doação. Foi só uma observação, luz e paz.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário exposto no Quadro 146, o autor se manifesta na página para responder a mensagem anterior em que outro usuário afirma que a Samarco matou o rio Doce. Ele inicia a sua fala com base em um enfrentamento direto: “descordo de quem tenha matado o Rio Doce seja a empresa”. Para fundamentar a sua opinião, ele se baseia no argumento de que o rio já estava morto devido à ação humana (a empresa “só foi a tampa do caixão”). Tal posicionamento pode ser compreendido como uma forma de “amenizar” a responsabilidade da Samarco pelos estragos causados ao rio Doce: ela não é a única culpada, pois, antes da ruptura da barragem, o rio já sofria com a poluição.

Em gesto semelhante, outros sujeitos fazem menção aos problemas com a falta d’água em Governador Valadares – que já existiam antes da ruptura – para atuar na disputa de sentidos. Uma das pessoas que recorre a essa estratégia é o usuário “defensor atuante” (comentário 315.5 – QUADRO 147), identificado também na primeira postagem analisada.

Oito dias após a ruptura da barragem de Fundão, ele continua a participar da disputa de sentidos sempre em defesa da Samarco. No entanto, nesse segundo momento, a participação do usuário defensor atuante é bem mais “tímida”. Na primeira postagem, ele é

responsável por 22 mensagens, já na publicação sobre o envio de água para Governador Valadares, ele aparece apenas cinco vezes.

Quadro 147 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
315.5	13/11/2015	Pergunta para a Polícia Militar e outras autoridades encarregadas da distribuição o que estão fazendo cm a água! Enquanto era tudo nas mãos da Samarco eu ainda acreditava que tudo fosse voltar ao "normal", mas na hora que entra governo para fazer distribuição seja de água, seja de fundos, aí ferrou! <b>Ah, sim, o problema da falta d'água em Valadares já ocorria ANTES do desastre de Mariana, sei que piorou com o desastre, mas espero que ninguém, especialmente o governo de Valadares, esteja se aproveitando desta tragédia para que a Samarco resolva seus problemas hídricos! Me poupem!!!</b>
315.8	13/11/2015	Infelizmente (nome do usuário defensor atuante) ,tem pessoas que só pensam de forma negativa.São alienados ,não vêem noticiários das autoridades competentes e preferem acreditar em desinformações. Pra te dizer a verdade o Rio Doce aqui em GV. Já estava pedindo Socorro ninguém estava preocupado.Agora todo mundo é ambientalista. Já era tempo de Valadares ter uma outra capacitação de água .Como agora tão correndo pra fazer no Suaçui Pequeno.Deveria seguir exemplo de cidades como Ipatinga e Cons.Pena que não afetou em nada .Povo inteligente autoridades competente é outra coisa
319.2	13/11/2015	(Nome do usuário defensor atuante) da forma como está falando, parece que você está minimizando a tragédia ambiental e a responsabilidade da Samarco e acreditando que o esforço ínfimo que eles estão fazendo eh suficiente e as pessoas só não receberam a água porque o saae e a pm são corruptos

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio do comentário do Quadro 147, o usuário “defensor atuante” se manifesta para defender o trabalho realizado pela Samarco no envio de água para atender a demanda dos valadarenses. De acordo com ele, se a água não chegou até os moradores, não é culpa da mineradora, pois ela é uma instituição confiável: o problema é que instâncias governamentais estão envolvidas no processo.

Após essa justificativa, o usuário “defensor atuante” destaca: “o problema da falta d'água em Valadares já ocorria ANTES do desastre de Mariana”. Diante disso, a Samarco não deve ser responsável por resolver os problemas hídricos da cidade. Essa fala gera, entre os interlocutores, reações diferentes. O autor do comentário 315.8 (QUADRO 147) demonstra identificação e recorre à mesma estratégia ao mencionar que a degradação do rio já ocorria antes da ruptura da barragem devido à poluição. Além disso, ele propõe alternativas para solucionar o problema de abastecimento de água na cidade que não envolvem a Samarco: é preciso ter outra fonte de captação de água.

Já o autor do comentário 319.2 (QUADRO 147) desconstrói a estratégia do usuário defensor atuante ao afirmar que “da forma como está falando, parece que você está minimizando a tragédia ambiental e a responsabilidade da Samarco”. Ou seja, ao acionar os problemas quanto aos recursos hídricos e culpabilizar os outros atores sociais envolvidos no processo, o usuário defensor atuante busca amenizar a responsabilidade da Samarco pelo ocorrido e, conseqüentemente, pelo desenvolvimento das ações que visam a reduzir os impactos do rompimento.

Assim como na primeira postagem, os usuários fazem uso da ironia também para se manifestar de forma crítica frente aos demais sujeitos.

Quadro 148 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
17.3	12/11/2015	<b>Hahaha! Tá "Serto"</b> Afff, me poupem né galera! Quem em sã consciência no Brasil neste momento de calamidade perde seu tempo na Internet para escrever Parabéns Samarco! Afff, ces tão forçando a barra, hein gestor de mídia da Samarco, kkkk, beleza, vamos ver se cola, né não? Tudo pra salvar a imagem... continue, continue, tá ficando interessante. Da próxima vez, tente dar um espaço de tempo maior entre cada comentário... pra ficar mais realista um pouco. Affff! Ninguém merece!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário do Quadro 148, o usuário inicia a sua fala com uma linguagem específica do ambiente digital “Hahaha”, que representa uma risada. Depois disso, ele se apropria também de modo de dizer da *Web* que já é, por si só, irônico. O “Tá ‘Serto”, escrito assim mesmo, com o “s” no lugar do “c”, como é utilizado nas situações em que o objetivo é destacar que algo não está correto, assim como a grafia da palavra.

Ele critica as parabenizações dadas à empresa na página e atribui à comunicação da Samarco esses comentários (“Tudo pra salvar a imagem”). Nesse momento, o usuário faz menção a uma questão característica da Comunicação Organizacional praticada em ambiente digital: a possibilidade de contratação de influenciadores para atuar nas postagens de acordo com os objetivos da empresa.

#### 4.4.3 Terceira postagem: Ações assistenciais da Samarco

Figura 15 – Postagem Ações assistenciais da Samarco<sup>227</sup>

Fonte: Fanpage da Samarco.

A terceira postagem selecionada para análise foi a 121ª publicação feita pela Samarco – no dia 4 de dezembro de 2015 – a partir da ruptura da barragem de Fundão. A mensagem é composta por um texto no qual a empresa informa as ações assistenciais realizadas até aquele momento – quase um mês após o ocorrido – e uma imagem. Nela, aparece o *slogan* adotado pela empresa depois do rompimento. Até o ocorrido, a Samarco utilizava o *slogan*: “Desenvolvimento com envolvimento” que fazia parte também da logo da empresa – presente nessa imagem já sem o antigo *slogan*. Após a repercussão gerada pelo caso<sup>228</sup>, a mineradora passou a utilizar, em destaque no site<sup>229</sup> e na *fanpage*, o enunciado: “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso”. Nesse viés, os novos dizeres possíveis que emergiram com o rompimento da barragem de Fundão – como um acontecimento discursivo – não se restringem ao que os outros atores sociais (usuários, imprensa, etc.) dizem sobre a empresa. Também estão inscritos no próprio discurso

<sup>227</sup> Imagem gerada a partir da captura de tela (*print screen*).

<sup>228</sup> Segundo dados divulgados pelo Laboratório de Análise de Acontecimentos (GrisLab) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), o rompimento da barragem da Samarco foi o segundo assunto mais tratado pela mídia brasileira entre os dias 2 e 30 de novembro de 2015. A análise foi realizada nas páginas G1, UOL, Estadão, R7, Terra, Folha de S. Paulo, Veja, Carta Capital e Época. Disponível em: <[http://grislab.com.br/wp-content/uploads/2015/12/radar\\_34\\_novembro.pdf](http://grislab.com.br/wp-content/uploads/2015/12/radar_34_novembro.pdf)>. Acesso em: 9 fev. 2017.

<sup>229</sup> A empresa criou um *hotsite* para tratar dos assuntos relacionados à ruptura da barragem. No entanto, o site institucional foi razeado. Diante disso, o *hotsite* – que havia sido desenvolvido para dar destaque às temáticas relacionadas ao rompimento – precisou ser adequado e passou a cumprir a função também de site institucional. Um novo site está em fase de desenvolvimento (FERREIRA, 2017).

institucional que passou a abrigar sentidos que não eram concebíveis antes da ruptura da barragem de Fundão.

A mudança no *slogan* da mineradora representa essa dinâmica. Antes do ocorrido, a expressão “Desenvolvimento com envolvimento” dava destaque à vocação da empresa em promover o desenvolvimento por meio do envolvimento das comunidades nos locais em que atua. Já o *slogan* “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso” remete a um compromisso da mineradora, junto à sociedade, em executar as ações de minimização dos impactos gerados pela ruptura. Ou seja, por meio desse enunciado, a empresa evidencia, entre os seus valores, o respeito às pessoas em contraposição à mobilização para resultados. Nesse sentido, o *slogan* é sintomático, também, das condições de produção do discurso. Isso porque, naquele momento, era preciso fazer o fundamental no que se refere às ações relacionadas ao rompimento.

A adoção de um novo dizer sobre o propósito da empresa gera reverberações nos comentários dos usuários e se apresenta como uma constância do processo de produção de sentidos analisado. Nesse domínio, os sujeitos se apropriam do *slogan* para ressignificar o discurso institucional e tecer críticas sobre a Samarco.

Quadro 149 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao *slogan*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
20	05/12/2015	Fazer o que devia ter sido feito.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário exposto no Quadro 149, o usuário revela a incongruência em utilizar o *slogan* “Fazer o que deve ser feito” naquele momento, após a ruptura. Para ele, essa postura deveria ter sido adotada pela empresa antes do ocorrido: “Fazer o que devia ter sido feito”. O modo temporal do verbo dever (“deve”, pela empresa, e “devia”, pelo usuário) dá relevo a esse processo de ressignificação. Enquanto a empresa relaciona as suas ações ao presente, o usuário evidencia que tal conduta deveria ter pautado as atividades da mineradora para evitar o rompimento. Isso porque, nesse momento, o “estrago está feito” e qualquer ação que seja desenvolvida não é capaz de remediar as consequências da ruptura. Como afirma o autor do comentário do Quadro 150: o rio está morto e fazer algo por ele “Só se voltar no tempo!”.

Quadro 150 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao *slogan*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
56	05/12/2015	Vão fazer o que tem q ser feito com o rio que morreu tbm? Só se voltar no tempo!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Outro usuário se apropria da segunda frase do *slogan*, “Esse é o nosso compromisso”, para atuar na disputa de sentidos (QUADRO 151).

Quadro 151 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – referência ao *slogan*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
102	06/12/2015	Esse compromisso começou quando?

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ele questiona, de forma irônica, em que momento o compromisso de “Fazer o que deve ser feito” da empresa foi firmado. Uma forma de acionar, assim como os usuários dos comentários anteriores, a necessidade do desenvolvimento das ações de modo preventivo.

Ao se pensar nas práticas da Comunicação Organizacional contemporânea, a análise desses comentários corrobora para o entendimento da CO sob um viés complexo. Isso porque as mensagens evidenciam a possibilidade de ressignificação nos processos comunicativos, em contraponto a uma ideia de um processo unilateral de transmissão das informações. Nesse contexto, a reflexão sobre a CO não se limita à fala oficial e abarca uma dinâmica que não é totalmente controlável.

Para além dessa fala autorizada, a comunicação organizacional, na perspectiva do que se afirma, também compreende a comunicação que se dá nas fissuras, nas resistências, nas zonas de escuridão, nas transversalidades, nos lugares de interdição e das fugas. Contempla a dispersão, as transações, os ruídos, as contradições, o diálogo, a diversidade, a rebeldia. Constitui-se de imprevisibilidade, do impensado, do não-planejado, do acaso, da incerteza (BALDISSERA, 2008, P. 47).

No texto da postagem, a mineradora reforça duas estratégias utilizadas ao longo dos *posts* nesse primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão: a atualização das informações divulgadas (A) e a quantificação das ações (B), conforme o Quadro 152:

Quadro 152 – Análise do discurso institucional – Ações assistenciais da Samarco

Confira as ações assistenciais realizadas desde o primeiro momento (A):

- 115 (B) famílias morando em casas alugadas
- 648 (B) famílias com atendimento psicossocial
- 139 (B) famílias alocadas em hotéis/ pousadas

Fonte: Elaboração própria.

A empresa “categoriza” cada tipo de ação e apresenta aos usuários a sua “prestação de contas”. Busca reforçar que esses números exprimem o trabalho realizado “desde o primeiro momento”: ou seja, essas ações são resultado de um engajamento que se fez presente desde o início. Importante ressaltar que, no decorrer das publicações realizadas no período analisado, a mineradora tem a preocupação de divulgar os dados aos usuários de forma atualizada. Sendo assim, naquele mês, a mineradora publica, em sua página, a evolução dos trabalhos realizados por meio de diferentes postagens.

Para acentuar os “tipos” de ações assistenciais desenvolvidas, a Samarco utiliza três imagens – do tipo ícone – para fazer referência a cada uma delas (QUADRO153), o que revela a dimensão do discurso imagético nessa publicação.

Quadro 153 – Análise do discurso institucional – Ações assistenciais da Samarco

Análise do discurso institucional – Ações assistenciais da Samarco	
115 famílias morando em casas alugadas	
648 famílias com atendimento psicossocial	
139 famílias alocadas em hotéis/ pousadas	

Fonte: Elaboração própria.

A inserção das imagens pode ser apreendida como uma acentuação da noção de um atendimento integral às vítimas, reforçado ao longo das publicações nesse primeiro mês após o rompimento. Sendo assim, as ações assistenciais englobam questões práticas – como a alocação das famílias em casas alugadas ou hotéis/pousadas – mas também aspectos que abarcam o atendimento psicossocial.

A nuvem de palavras (FIGURA 16) gerada com base no texto da postagem não dá destaque à quantificação das ações, uma vez que o site não considera os números no momento de gerar a nuvem. Nela, está em relevo a palavra “família”:

Figura 16 – Nuvem de palavras<sup>230</sup> gerada a partir do texto da postagem Ações assistenciais da Samarco



Fonte: Elaboração própria.

O realce dado à palavra família, na nuvem, está relacionado à forma como a Samarco apresenta as suas informações na postagem. A empresa não divulga o número de pessoas atendidas, mas o de famílias envolvidas em cada ação. Essa maneira de dizer, no contexto da produção de sentidos analisada, também pode ser entendida como uma forma de reforçar o modo como a mineradora presta auxílio às vítimas da ruptura: elas são acolhidas como sujeitos que possuem laços e que fazem parte de uma família. Nesse viés, a instituição reitera o seu compromisso com um atendimento humanizado da população afetada.

#### 4.4.3.1 Condições de produção

A postagem foi publicada no dia 4 de dezembro de 2015, quase um mês após a ruptura da barragem de Fundão, ocorrida em 5 de novembro do mesmo ano. A maior parte dos comentários (45,5%) foi feita no dia posterior à postagem, 5 de dezembro de 2015. Ou seja, quase metade das mensagens foi produzida na data em que o rompimento completava um mês.

<sup>230</sup> Nuvem de palavras gerada pelo site WordClouds. Disponível em: <<http://www.wordclouds.com/>>. Acesso em: 23 jan. 2017. O tamanho de cada palavra na nuvem corresponde ao número de vezes em que ela aparece no texto.

O distanciamento temporal entre o ocorrido e os sentidos sobre ele produzidos é representativo das condições de produção dessa terceira postagem. Nota-se que os usuários fazem menção a questões caracterizantes da primeira publicação analisada – como as vítimas de Mariana –, como também a assuntos que se configuraram como uma constância no processo de produção de sentidos na segunda postagem, as questões ambientais, por exemplo.

Quadro 154 – Condições de produção - temáticas da terceira postagem

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
46	05/12/2015	Tanta gente ignorante postando e Rio doce flora fauna e esqueceram das vítimas mortas ou desaparecida até hoje bando de imbecil primeiro vida humana e depois o resto agora vcs colocam Rio na frente de muitas gente soterrada cresça seus ignorantes mentes fracas.....

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Nesse contexto, o usuário critica aqueles que enfatizam, em seus comentários, as questões ambientais relacionadas à ruptura (como a fauna, a flora e o rio Doce) e se refere a esses sujeitos como “bando de imbecil” e “ignorantes mentes fracas”. Para ele, as mortes ocorridas em Mariana são muito mais graves do que os impactos ambientais gerados. Nesse sentido, é preciso não se esquecer as vítimas fatais: “primeiro vida humana e depois o resto”.

Além das questões representativas da primeira e segunda postagem analisada, na terceira postagem, os usuários ainda demonstram, um mês após a ruptura, uma preocupação com a alocação da população afetada. Esse posicionamento se relaciona com o tipo de publicação feita pela Samarco, já que a empresa divulga nessa terceira postagem quantas famílias estão em casas alugadas ou em hotéis/pousadas. Mas também revela que esse assunto ainda aciona, nos usuários, uma necessidade de se posicionarem na página em defesa da garantia dos direitos das vítimas.

Quadro 155 – Condições de produção - preocupação com a alocação das vítimas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
1	04/12/2015	A casa não deve ser alugada, tem é que devolver a casa que eles perderam.
1.1	05/12/2015	As 35 famílias que estão em casas alugadas, estão bem, (nome do autor do comentário 1)...vc tem que ver as que estão nos puleiros como animais.....dá pra chorar.....esta empresa tem que fechar!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

No comentário acima (QUADRO 155), o primeiro da postagem, o usuário evidencia que o trabalho de alocação das pessoas realizado até o momento pela Samarco –

casas alugadas ou hotéis/pousadas – não é o suficiente. Para ele, a empresa “tem é que devolver a casa que eles perderam”. Em resposta ao comentário, outro usuário (1.1 - QUADRO 155) intervém na página para trazer informações sobre as condições dos locais em que as famílias atingidas pelo rompimento estão alocadas.

No contexto da construção discursiva, o posicionamento do autor do comentário 1.1 pode ser entendido pelo viés do efeito de verdade, uma estratégia de credibilidade relacionada à dimensão do “acreditar ser verdadeiro” (CHARAUDEAU, 2009c). Isso porque ele não está preocupado em apresentar evidências sobre aquilo que diz: ele se coloca de modo a provocar no interlocutor uma “sensação” de verdade. Para atingir esse objetivo, o autor da mensagem se coloca como alguém que acompanha de perto a condição das vítimas.

De acordo com ele, as 35 famílias que estão em casas alugadas – e não 115, como afirma a mineradora – estão bem. Por outro lado, aquelas que se encontram em hotéis e pousadas, “estão nos puleiros como animais”. Além de apresentar essas informações, o usuário reforça o seu envolvimento com a situação das vítimas ao afirmar “dá pra chorar”, ou seja, ele se coloca como alguém que está acompanhando de perto o auxílio prestado à população afetada. Desse modo, o discurso é construído com vistas a fazer com que as pessoas acreditem que a mensagem do usuário é verdadeira e, assim, não está condicionada à comprovação de uma verdade por meio de uma evidência, tal qual o valor de verdade.

Além de se posicionarem sobre a alocação das pessoas afetadas, os usuários também demonstram preocupação sobre as ações futuras relacionadas às vítimas e ao meio ambiente.

Quadro 156 – Condições de produção - preocupação com as ações futuras

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
33	05/12/2015	E vcs acham isso vantagem? Vergonha de ser brasileira com essa Samarco fazendo lavagem de nosso Rio ex Doce. Vão reconstruir a cidade? Vão dar os empregos q vcs esmagaram com lama de volta? E o Rio Doce o que vcs vão fazer? E a fauna e flora esmagados? A me poupe seus gananciosos!
119	10/12/2015	Até quando vcs manterão a ajuda? É o prejuízo ambiental? Gerações e gerações serão prejudicadas!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

Na publicação 33 (QUADRO 156), o autor levanta diferentes questões sobre as ações ainda necessárias para mitigar os danos causados pelo rompimento. Em sua mensagem, ele faz referência àquelas relacionadas ao meio ambiente: o que irão fazer pelo “nosso Rio ex Doce”? “E a fauna e a flora esmagados?”. Além disso, questiona a empresa sobre a reconstrução da “cidade” – por meio do gesto de leitura da AD, é possível depreender que ele

refere-se às localidades que foram destruídas pela lama, como Bento Rodrigues e Paracatu de Baixo, pertencentes ao município de Mariana. O usuário também traz à tona um contexto mais amplo relacionado à ruptura por meio do questionamento sobre os postos de trabalho das pessoas que perderam seus empregos, os pescadores que dependiam do rio Doce, por exemplo.

Do mesmo modo, o autor do comentário 119 (QUADRO 156) manifesta a sua preocupação sobre as ações assistenciais futuras: as que foram divulgadas na postagem da Samarco serão mantidas até quando? Assim como o usuário do comentário anterior, ele também aborda o prejuízo ambiental causado pela ruptura e, ao final da mensagem, afirma: “Gerações e gerações serão prejudicadas!”. Nesse sentido, ele aponta a amplitude dos impactos gerados pelo rompimento sobre o qual as consequências serão sentidas por muito tempo.

Nessa terceira postagem, também há, entre os comentários dos usuários, a referência à iminência do fechamento da empresa diante da ruptura da barragem.

Quadro 157 – Condições de produção - iminência do fechamento da empresa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
8	04/12/2015	Samarco vai fechar as portas tá falindo
9	04/12/2015	Infelizmente muitos ficaram desempregados

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O autor dos comentários 8 e 9 anuncia que a empresa irá “fechar as portas” (QUADRO 157). Tal afirmação se embasa no fato de que, devido à ruptura, a Samarco teve as suas licenças de operação embargadas e, por isso, suspendeu as suas atividades. A fala “Infelizmente muitos ficaram desempregados” aciona, no contexto da disputa de sentidos, o medo do desemprego diante da dependência econômica da atividade mineradora. Nesse viés, a falência da empresa traria malefícios de ordem econômica e social, como o desemprego. Por outro lado, outros usuários se colocam na disputa de sentidos a favor do fechamento da Samarco.

Quadro 158 – Condições de produção - iminência do fechamento da empresa

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12	04/12/2015	(Nome de um usuário) Não vou defender o seu sub-emprego ou do seu marido ou sei lá de quem, pq essa merda de empresa matou meu rio, matou minha praia. Vai arrumar outro trabalho, vai explorar o turismo, vai plantar árvore pq vamos falir essa empresa!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O usuário dá indícios – constituintes da condição de identidade (CHARAUDEAU, 2009b) – de que ele é uma das pessoas atingidas pela ruptura: “matou meu rio, matou minha praia” (QUADRO 158). Seu discurso ancora-se em uma memória discursiva sobre a Samarco relacionada a uma empresa exploradora, que oferece “sub-empregos”. Como saída ao desemprego gerado pelo fechamento da empresa, o autor do comentário apresenta – de modo irônico – alternativas: “Vai arrumar outro trabalho, vai explorar o turismo, vai plantar arvore pq vamos falir essa empresa”.

É possível perceber que o autor da mensagem direciona a sua fala a um determinado usuário da página (ele inicia o seu comentário com a inclusão do nome dele). No entanto, no levantamento feito para a análise, esse usuário citado não aparece como autor de nenhum outro comentário da postagem. Ou seja, os rastros que possibilitariam uma análise mais aprofundada dessa disputa de sentidos, relacionando os dois comentários, foram apagados. A exclusão dessa publicação evidencia o modo como os discursos localizados no ambiente digital apresentam particularidades que devem ser consideradas pelo analista.

No que se refere às discussões sobre a viabilidade da retomada das operações da Samarco, a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da empresa, Fernanda Ferreira, explica que, desde que a Fundação Renova assumiu a responsabilidade de gerir os programas de reparação, restauração e reconstrução das regiões impactadas pelo rompimento, o principal objetivo da Samarco é retomar as atividades. A mineradora propõe, como alternativa para a disposição do rejeito gerado pelo beneficiamento do minério de ferro, a cava de Alegria Sul, em Mariana. Segundo a empresa<sup>231</sup>, o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e o Relatório de Impacto ao Meio Ambiente (Rima) do projeto, que permitirão que a Samarco retome suas operações com 60% da capacidade, foram protocolados junto à Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semad) de Minas Gerais em junho de 2016. Ainda de acordo com a Samarco, a maioria dos cidadãos de Mariana aprova o retorno às atividades da mineradora.

A população de Mariana já indicou que quer o retorno da atividade de mineração na cidade. Em fevereiro de 2016, pesquisa realizada pela Vox Brasil com a comunidade, encomendada pela Samarco, revelou que 92% avaliam que a empresa merece ser responsabilizada pelo rompimento, mas que deveria voltar a operar (SAMARCO, 2016).

---

<sup>231</sup> Disponível em: <[http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco\\_final\\_baixa.pdf](http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco_final_baixa.pdf)>. Acesso em: 2 mar. 2017.

Assim como nas duas postagens analisadas anteriormente, na construção discursiva nessa terceira postagem, também há a menção ao cenário político brasileiro – como um contexto mais amplo das condições de produção.

Quadro 159 – Condições de produção - cenário político

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
130	11/12/2015	Se este fosse um país sério todos os executivos do alto escalão da empresa estariam presos e pagando multas bilionárias, mas como estamos em país de merda gerido por corruptos nada acontece.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário exposto no Quadro 159, nota-se a manifestação de uma sensação de impunidade relacionada aos governantes corruptos. Nesse viés, se a ruptura tivesse ocorrido em outro país, as consequências para a empresa e seu “alto escalão” seriam o pagamento de multas bilionárias e a prisão, respectivamente.

A relação dos discursos dos usuários com o cenário político brasileiro pode se constituir também por meio da materialização da polarização política presente do binarismo entre “petralhas”, em referência ao Partido dos Trabalhadores (PT), e os “coxinhas”<sup>232</sup>.

Quadro 160 – Condições de produção - cenário político

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12.1	04/12/2015	No mínimo tu e PT !
12.2	04/12/2015	No minimo tu é coxinha!, ou idiota, ou retrrdado... Ou tudo junto! Para sua infelicidade nao sou petista!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

No comentário 12.1 (QUADRO 160), o autor se manifesta frente a uma publicação feita por outro usuário<sup>233</sup> em que este defende o fechamento da empresa. Diante disso, o autor da publicação 12.2 retorna à cena discursiva para contrapor à afirmação de que ele, “no mínimo”, seria do PT. Para isso, “entra no jogo” do seu interlocutor e afirma: “no mínimo tu é coxinha!”. Sendo assim, a sequência de comentários acima evidencia o modo como as questões políticas se fazem presentes na disputa de sentidos na página da Samarco.

<sup>232</sup> A expressão “coxinha” se popularizou nas últimas eleições presidenciais brasileiras, em 2014, quando a presidenta Dilma Rousseff foi reeleita democraticamente. Os eleitores, com direcionamento de esquerda, referiam-se aos simpatizantes dos partidos de direita como “coxinhas” (sujeitos com ideias conservadoras, contrários aos movimentos sociais e de ideologia liberal). A expressão também foi muito utilizada durante o processo de *impeachment* da presidenta eleita Dilma Rousseff e até os dias atuais perpassa os debates políticos constituídos no Brasil.

<sup>233</sup> O comentário referido é o de número 12, apresentado acima no Quadro 158.

Nesse viés, os comentários também dão relevo à presença da ideologia como inerente ao processo de produção de sentidos, uma vez que os discursos são sempre determinados ideologicamente (ORLANDI, 2012).

#### 4.4.3.2 Especificidades do *Facebook* como um ambiente digital

Para dar seguimento à análise das condições de produção dos discursos presentes na terceira postagem analisada, é preciso apresentar de que modo as peculiaridades do ambiente digital conformam esse processo.

##### 4.4.3.2.1 Marcação<sup>234</sup> do usuário como *link* na postagem

Marcação de usuário(s) por outro usuário

Como nas postagens analisadas anteriormente, a marcação de usuários é utilizada, no contexto da produção de sentidos dessa terceira postagem, com vistas a possibilitar que os sujeitos tenham conhecimento sobre algum conteúdo disponível na página.

Quadro 161 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
112	10/12/2015	<b>(nome do usuário 1) (nome do usuário 2)</b> sem comentarios

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Nesse sentido, por meio da ação de marcação, há a possibilidade de inserção de novos sujeitos<sup>235</sup> na construção discursiva. No entanto, essa alternativa refere-se a uma intenção do enunciador. No caso do comentário do Quadro 161, por exemplo, os usuários citados não atuam na disputa de sentidos a partir da marcação.

Tal mecanismo também pode representar o propósito de manutenção do ato linguageiro por parte do sujeito que realiza a ação. No comentário abaixo (QUADRO 162), o sujeito inclui na mensagem a marcação de outro usuário, com quem ele está interagindo na página.

<sup>234</sup> **(Não) marcação dos usuários pela empresa:** assim como nas duas postagens analisadas anteriormente, a Samarco não faz a marcação dos usuários em seus comentários, mas interage na página sempre por meio de uma resposta ao comentário do sujeito.

<sup>235</sup> Importante ressaltar que, nesse caso, os usuários citados no comentário podem ter deletado as suas mensagens na página.

Quadro 162 – Ambiente digital - marcação de usuário(s) por outro usuário

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
<b>12.2</b>	<b>04/12/2015</b>	<b>Comentário do usuário “A”</b>
12.3	04/12/2015	Comentário do usuário “B” (em referência ao comentário do usuário “A”, mas sem a marcação)
<b>12.6</b>	<b>04/12/2015</b>	<b>Comentário usuário “A” (com a marcação do usuário “B”)</b>
12.7	06/12/2015	<b>(Nome do usuário “A”)</b> O que vc fez mesmo para ajudar as pessoas que foram afetadas por esta catástrofe?

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio da marcação do nome do usuário “A”, o autor do comentário 12.7 (usuário B) demonstra a intenção de dar continuidade às discussões, em uma tentativa de manutenção do ato linguageiro (QUADRO 162). No entanto, apesar da marcação, o usuário que teve seu nome citado não retorna à cena discursiva novamente para responder o questionamento.

Marcação da empresa pelos usuários

Na terceira postagem analisada, apenas um usuário<sup>236</sup>, autor do comentário abaixo, marca a empresa como *link*.

Quadro 163 – Ambiente digital – marcação da empresa pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
93	05/12/2015	devemos agradecer, <b>Samarco Mineração?</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No Quadro 163, o usuário faz um questionamento, em tom irônico, à empresa em referência à postagem em que a mineradora divulga os números das ações assistenciais desenvolvidas. A marcação demonstra a intenção, por parte do enunciador, de que a empresa tenha ciência do seu comentário e, em última instância, responda a sua mensagem. Nesse caso, a estratégia empregada pelo autor não se mostra eficaz, uma vez que os gerenciadores da *fanpage* não se manifestam sobre o comentário.

<sup>236</sup> O usuário é autor de dois comentários referentes à terceira postagem. Nas duas mensagens (93 e 93.3), ele faz a marcação da empresa como *link*.

Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Na terceira postagem em análise, apenas um usuário faz a marcação de uma página/comunidade – a Associação de Moradores de Regência – em seu comentário.

Quadro 164 – Ambiente digital – marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12.6	04/12/2015	<p><b>(Nome do autor do comentário 12.3)</b> Acho que você está confusa.. Indignação e revolta é o que eu sinto. <b>Que vocabulário você queria que eu usasse contra uma empresa irresponsável, assassina e cínica como a Samarco/Vale/BHP? Eu moro no ES, há 80 KM da foz do Rio Doce e estou vendo essa lama chegar perto da minha casa</b>, pois moro em um balneário turístico. Regência Augusta, um lugar lindo, que adoro frequentar, cheio de vida e natureza, ondas perfeitas (uma das melhores DO MUNDO), que tem a simplicidade do povo pescador e a cultura popular, representada pela banda de congo está chorando lágrimas de LAMA! São meus AMIGOS que estão lá sofrendo, assim como o pessoal de Colatina e Baixo Guandu e mais dezenas de cidades incluindo a sua. <b>"Todo o apoio" que a Samarco prestar será nada mais do que OBRIGAÇÃO.</b> Ofensa é ver milhares de pessoas brigando por um litro de água porque um bando de gente gananciosa destruiu uma das maiores bacias hidrográficas do BRASIL. Não usarei minhas palavras para mandar o Ricardo Vescovi e sua gangue para a PUTA QUE OS PARIU. <b>Se ninguém por aí está reclamando deve ser porque ninguém depende do rio para sobreviver.</b> E eu quase morri de rir com a "mídia sensacionalista"... será que nada disso aconteceu? Será que as imagens que vemos, as pessoas mortas, os peixes mortos, os pescadores chorando, o povo de Colatina brigando por 1 litro de água são falsos?? Criados por computação gráfica?? <b>Será que as lágrimas dos parentes de que desapareceram e nunca serão encontrados para se dar um enterro digno ao invés de ficarem enterrados na lama podre da ganância também são falsos?</b> Sensacionalismo? <b>Será que você e os habitantes da sua cidade estão com Síndrome de Estocolmo?? Ou você é perfil fake? Ou está recebendo algum da Samarco para defende-la??</b> Ou você é mesmo alienada e <b>desinformada?</b> Veja aqui a ajuda que a <b>Associação de Moradores de Regência</b> está recebendo do povo capixaba! #naofoiacidente #samarcoassassina</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na publicação transcrita no Quadro 164, o usuário se manifesta na disputa de sentidos em resposta ao autor do comentário 12.3, que o critica por uma colocação feita anteriormente (12.2 - QUADRO 162): “Pelo seu vocabulário percebe-se claramente que não teve uma educação adequada, um homem de cultura ZERO, de pouca inteligência e ignorante por natureza”. Na resposta, o autor da mensagem 12.6 faz a marcação da página da Associação de Moradores de Regência. No entanto, antes de buscar compreender o papel que a marcação de outro ator social desempenha no processo de produção de sentidos, é preciso analisar o comentário supracitado em profundidade, uma vez que ele apresenta diferentes variáveis relacionadas à construção discursiva, além das especificidades do ambiente digital.

O autor da publicação 12.6 inicia a sua fala com a retomada do discurso do seu interlocutor: “Que vocabulário você queria que eu usasse contra uma empresa irresponsável, assassina e cínica como a Samarco/Vale/BHP?” (QUADRO 164). Tal posicionamento está alicerçado nos novos dizeres possíveis sobre a empresa que emergem a partir da ruptura da barragem de Fundão. Ele se coloca como um dos afetados pela ruptura: “Eu moro no ES, há 80 KM da foz do Rio Doce e estou vendo essa lama chegar perto da minha casa”. Com base nisso, ancora a sua argumentação em um conhecimento que demonstra ter sobre a realidade local, o que se configura como uma estratégia de legitimação no contexto da produção de sentidos. Isso porque reforça a posição de legitimidade do enunciador como aquele que pode dizer com propriedade sobre o assunto. Por conseguinte, há um processo de (des)legitimação do discurso daqueles usuários que não sofreram as consequências da ruptura: “Se ninguém por aí está reclamando deve ser porque ninguém depende do rio para sobreviver”.

O autor do comentário ainda assume um posicionamento que se configura como uma constância nas reações dos usuários frente às informações divulgadas pela empresa: a mineradora não faz mais que sua obrigação ao prestar auxílio aos afetados pela ruptura. Ele também lança mão de um discurso emotivo, que se constitui como uma estratégia de captação, com vistas a sensibilizar os interlocutores: “Será que as lágrimas dos parentes de que desapareceram e nunca serão encontrados para se dar um enterro digno ao invés de ficarem enterrados na lama podre da ganância também são falsos?”. O usuário ainda utiliza a ironia “Será que você e os habitantes da sua cidade estão com Síndrome de Estocolmo<sup>237</sup>??”, em referência às vítimas da ruptura que se colocam em defesa da empresa na disputa de sentidos.

No final da sua mensagem, o autor do comentário analisado faz duas perguntas que trazem à tona a dimensão do sujeito no ambiente digital: “Ou você é perfil fake? Ou está recebendo algum da Samarco para defende-la??”. Nesse sentido, ele coloca em xeque a condição de identidade do seu interlocutor ao levantar a possibilidade de ele ser um perfil “fake”, falso, ou até mesmo estar sendo pago pela Samarco para atuar como influenciador entre os usuários.

---

<sup>237</sup> “Estado psicológico particular em que uma pessoa, submetida a um tempo prolongado de intimidação, passa a ter simpatia e até mesmo sentimento de amor ou amizade perante o seu agressor”. Disponível em: <<http://brasile scola.uol.com.br/doencas/sindrome-estocolmo.htm>>. Acesso em: 16 fev. 2017.

Quadro 165 – Ambiente digital - possibilidade de edição dos discursos

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
105	07/12/2015	ASSASSINOS
<b>105.1</b>	08/12/2015	Acusando quem ? De nomes para que se possa tomar as providencias! Se nao vira calunina!
<b>105.2</b>	08/12/2015	Voce existe ou é um fake\
105.3	08/12/2015	Cuidado com o q fala. Se vc não provar cabe processo !!!CUIDADO...
<b>105.4</b>	08/12/2015	Nao precisa apagar , já esta gravado!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

Confrontando a manifestação do autor do comentário 105 na página, o usuário autor do comentário 105.1 passa a questionar a legitimidade do enunciador: “Voce existe ou é um fake”. Diante disso, outro sujeito se insere na disputa de sentidos para reforçar o posicionamento do autor do comentário 105.1 por meio de uma ação que visa a intimidar o autor da primeira mensagem analisada: “Cuidado com o q fala. Se vc não provar cabe processo !!!CUIDADO...”. O autor das mensagens 105.1 e 105.2 ainda retorna à cena discursiva, por meio da publicação 105.4, para advertir o seu interlocutor: “Nao precisa apagar , já esta gravado!” (QUADRO 165). Nesse sentido, dá relevo a outra dimensão dos discursos constituídos no ambiente digital: a transitoriedade (MAINGUENEAU, 2015), uma vez que eles podem ser editados ou até mesmo apagados.

De volta às reflexões sobre o comentário 12.6, no final da mensagem, o usuário faz uso da marcação de uma página – ação que motivou a análise dessa publicação. “Veja aqui a ajuda que a **Associação de Moradores de Regência** está recebendo do povo capixaba!”. O *link* direciona para a *fanpage* da Associação de Moradores de Regência, distrito do município de Linhares, no Espírito Santo.

Figura 17 – Página da Associação de Moradores de Regência<sup>238</sup>



A marcação demonstra que há, por parte do enunciador, uma intenção de proporcionar uma abertura dos sentidos acerca da ruptura da barragem de Fundão. Ele sugere ao seu interlocutor que conheça a realidade vivenciada pelos moradores de Regência<sup>239</sup> que possui uma relação estreita com o rio Doce, atingido pelo rompimento. Assim, busca trazer à cena discursiva elementos que contribuam para tornar menor a (des)informação sobre o caso. Em última instância, a marcação da página pode representar a inserção de um novo ator social na disputa de sentidos caso a associação decida se manifestar após a notificação de marcação gerada pelo *Facebook*.

#### 4.4.3.2.2 Links<sup>240</sup>

*Links* usados pelos usuários

Apropriação do discurso midiático

Entre os comentários dos usuários dessa terceira postagem analisada, em 13 publicações, o autor do comentário recorre a *link(s)*. Na maioria dos casos (76,92%<sup>241</sup>), o sujeito insere no comentário um *link* que leva para um conteúdo de cunho jornalístico. A maior parte dos usuários (61, 53%) atua na disputa de sentidos, inserindo o *link* como único conteúdo da publicação.

<sup>238</sup> Imagem gerada pela captura de tela (*print screen*). Disponível em: <<https://www.facebook.com/Associa%C3%A7%C3%A3o-de-Moradores-de-Reg%C3%Aancia-308449645952122/?fref=ts>>. Acesso em: 16 fev. 2017.

<sup>239</sup> O usuário afirma, no comentário, que é morador de Regência Augusta, uma vila localizada no distrito de Regência, do município de Linhares.

<sup>240</sup> Assim como nas duas postagens analisadas anteriormente, os *links* incluídos pela Samarco em suas respostas direcionam os usuários para a página inicial do site da empresa e não para um conteúdo que trata, de modo específico, o assunto da postagem. Entre os elementos do ambiente digital abordados nesta pesquisa (marcação, *hashtag*, *emoji* e *link*), o único utilizado pela Samarco – nas três postagens analisadas – é o *link*.

<sup>241</sup> Importante observar que a porcentagem de *links* de apropriação do discurso midiático é quase idêntica àquela observada na primeira postagem analisada, de 76,47%.

Quadro 166 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

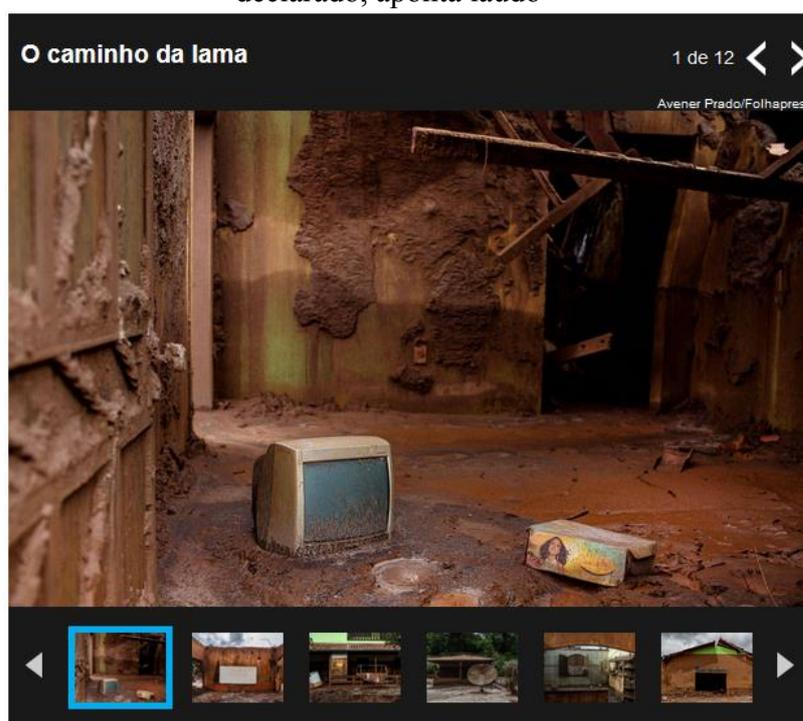
Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
94	05/12/2015	<a href="http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/12/1715301-vale-jogou-mais-lama-em-barragem-do-que-havia-declarado-aponta-laudo.shtml">http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/12/1715301-vale-jogou-mais-lama-em-barragem-do-que-havia-declarado-aponta-laudo.shtml</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O *link* do Quadro 166 direciona para a matéria da Folha de São Paulo intitulada “Vale jogou mais lama em barragem do que havia declarado, aponta laudo”. Sendo assim, o usuário traz para o processo de produção de sentidos um conteúdo de cunho jornalístico, que contribui para a abertura dos sentidos (SILVEIRA, 2011) acerca da ruptura da barragem de Fundão e fornece informações contextuais sobre o tema (DÍAZ NOCI, 2011). Ademais, insere elementos multimidiáticos ao disponibilizar um álbum de fotos denominado “O caminho da lama”.

Figura 18 – Álbum de fotos da matéria “Vale jogou mais lama em barragem do que havia declarado, aponta laudo”<sup>242</sup>



Fonte: Folha de S. Paulo, 2015.

A matéria foi divulgada no dia 4 de dezembro de 2015, ou seja, um dia antes da postagem. Nesse viés, ao se pensar na tipologia dos *links* proposta por Díaz Noci (2011), no que se refere à relação temporal, esse é um *link* cronológico, uma vez que se trata de matéria publicada no dia anterior à data do comentário. Entre os *links* de apropriação do discurso

<sup>242</sup> Imagem gerada a partir da captura de tela (*print screen*).

midiático<sup>243</sup>, cinco são cronológicos e três relacionados, pois dão acesso a informações relacionadas publicadas no mesmo dia. Em outros três casos, não há como determinar a tipologia dos *links* no que tange à relação temporal. Isso porque o conteúdo está indisponível ou o *link* direciona para a página inicial de um portal de notícias e não para a temática específica do *link*.

Outros usuários utilizam o *link* para endossar o seu discurso. No comentário exposto no Quadro 167, o sujeito se apropria do *slogan* da Samarco, “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso”, para se posicionar de forma irônica na página.

Quadro 167 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
95	05/12/2015	Nossa, estamos vendo como vocês fazem o que deve ser feito! <a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2015/12/05/samarco-descumpre-prazo-e-nao-entrega-planos-de-emergencia.htm?cmpid=tw-uolnot">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2015/12/05/samarco-descumpre-prazo-e-nao-entrega-planos-de-emergencia.htm?cmpid=tw-uolnot</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Em consonância com esse posicionamento, o autor do comentário insere um *link* que direciona para uma notícia do site do Uol: “Samarco descumpre prazo e não entrega planos de emergência”. Com isso, ele transporta para a cena discursiva um conteúdo que corrobora com o seu posicionamento. Ao inserir um *link* relacionado – publicado no mesmo dia da postagem. O usuário ainda reforça a credibilidade da sua fala ao associar um conteúdo atual sobre o tema. Nesse seguimento, ele promove, também, uma abertura dos sentidos acerca do tema, ao trazer à tona uma informação que desconstrói, em certa medida, o discurso institucional. Ao se pensar na tipologia proposta por Díaz Noci (2011), trata-se de um *link* que fornece informações contextuais sobre o tema. Importante ressaltar que tal movimento é sempre condicionado à ação do interlocutor que pode ou não acessar o conteúdo.

#### Apropriação dos dizeres de outros sujeitos

Assim como na ação de marcação, os usuários também inserem novos sujeitos na disputa de sentidos por meio dos *links*. No entanto, na marcação, a pessoa que foi citada pode se direcionar ou não à postagem para se manifestar. Já quando o sujeito tem o conteúdo do seu perfil compartilhado por meio de um *link*, ele passa a fazer parte da disputa de sentidos (a depender do acesso ou não ao *link*) sem necessariamente ter ciência sobre isso. Na publicação

<sup>243</sup> Em dez comentários, os usuários fazem uso de *links* de apropriação do discurso midiático. Em um deles, o autor utiliza dois *links*, o que totaliza 11 *links* presentes em 10 publicações.

do Quadro 168, o *link* direciona para a postagem de um perfil do *Facebook* em que há uma mensagem atribuída a um pescador do rio Doce acompanhada da frase de autoria do sujeito que teve a sua postagem divulgada na *fanpage*: “Precisa dizer mais alguma coisa?”.

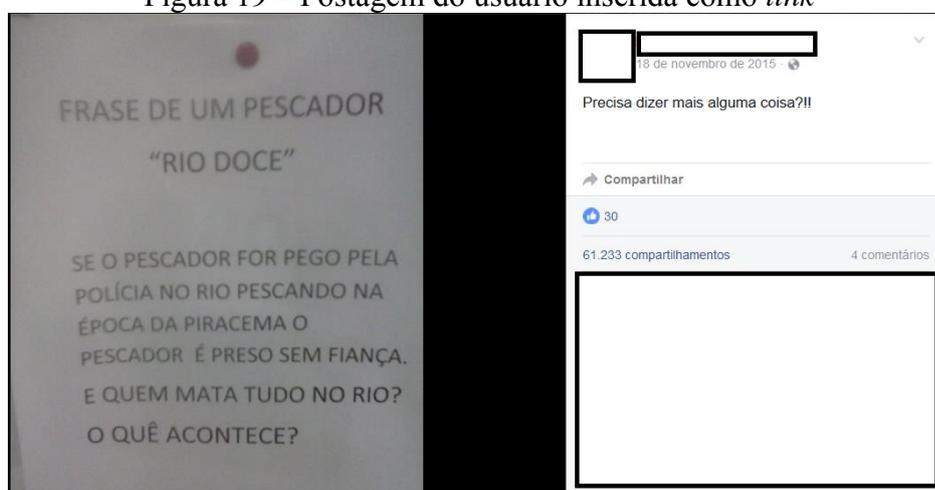
Quadro 168 – Ambiente digital - uso de *links* pelos usuários

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
74	05/12/2015	<a href="https://www.facebook.com/photo.php?fbid=428185470703006&amp;set=a.111812309006992.1073741825.100005346692346&amp;type=3&amp;theater">https://www.facebook.com/photo.php?fbid=428185470703006&amp;set=a.111812309006992.1073741825.100005346692346&amp;type=3&amp;theater</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Figura 19 – Postagem do usuário inserida como *link*



Fonte: Postagem no *Facebook*.

O comentário foi escrito em 5 de dezembro de 2015, e a postagem, compartilhada pelo usuário, data do dia 18 de novembro de 2015. Sendo assim, é um *link* cronológico, pois dá acesso a informações relacionadas publicadas em dias anteriores. O autor do comentário 74 (QUADRO 168), por meio da inclusão do *link* que direciona para a postagem de outro sujeito, dá voz a este na disputa de sentidos. Em certa medida, os *links* que direcionam para perfis do *Facebook* também se constituem como de atribuição (DÍAZ NOCI, 2011), pois fornecem dados sobre a fonte de informação disponíveis na própria plataforma.

No comentário analisado (QUADRO 168), o único conteúdo da mensagem é o *link* que direciona para a postagem: ou seja, o autor da publicação 74 se apropria do conteúdo da postagem do usuário como seus dizeres no processo de produção de sentidos. A mensagem dá relevo ao modo como o poderio econômico permeia também os processos relacionados à aplicabilidade das leis no Brasil: o pescador que é flagrado pescando na época da piracema é preso sem fiança e quem (uma grande empresa) mata o rio Doce? Assim sendo, esse *link*

também representa uma abertura dos sentidos acerca do rompimento da barragem de Fundão, pois traz à cena discursiva o posicionamento de um novo sujeito e, em última instância, de um grupo afetado pelo ocorrido, os pescadores.

#### 4.4.3.2.3 *Hashtags*

Na terceira postagem, foram identificadas 15 *hashtags*; agora, empreende-se a tentativa de refletir sobre a função que elas cumprem na dinâmica discursiva.

Quadro 169 – *Hashtags*<sup>244</sup> encontradas nos comentários da postagem Ações assistenciais

#Somostodos	#SamarcoNaoFoiAcidente
#STS	#SamarcoNãoFoiAcidente
#FICASAMARCO	#samarcoassassina
#unidoscomasamarco	#naofoiacidente
#naofoiacidente	#quantovaleavida?
#samarcoassassina	#achopouco
#FORÇAMARIANA	#ForaSAMARCO
#ForçaGV	

Fonte: Elaboração própria.

#### *Hashtag* #NãoFoiAcidente e suas variações

A *hashtag* #NãoFoiAcidente, que se constituiu ao longo da análise das três postagens como um enunciado coletivo relacionado à ruptura da barragem de Fundão, também se faz presente nos comentários dos usuários dessa terceira publicação.

Quadro 170 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
62	05/12/2015	#SamarcoNãoFoiAcidente

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No entanto, ao contrário das postagens anteriores, os usuários vinculam o enunciado #NãoFoiAcidente ao nome da Samarco (QUADRO 170). Por meio do gesto de leitura da AD, é possível depreender que tal variação destaca a vinculação da empresa como responsável pelo ocorrido.

<sup>244</sup> Em alguns casos, os usuários fazem uso de mais de uma *hashtag* em um mesmo comentário. As *hashtags* #STS e #FICASAMARCO estão presentes no comentário 5, #naofoiacidente e #samarcoassassina na publicação 12.6, #FORÇAMARIANA e #ForçaGV na publicação 32. Finalmente, as *hashtags* #samarcoassassina, #naofoiacidente e #quantovaleavida? estão presentes no comentário 91.

*Hashtags* #Somostodos, #STS, #FICASAMARCO, #unidoscomasamarco e #achopouco

As *hashtags* #Somostodos, #STS, #FICASAMARCO e #unidoscomasamarco se configuram, na disputa de sentidos, como marcas das condições de produção do discurso. Nesse contexto, emerge entre os usuários a discussão sobre a iminência do fechamento da empresa e, conseqüentemente, o desemprego. Isso porque, quase um mês após o ocorrido, a mineradora ainda estava com as suas atividades suspensas<sup>245</sup>.

Quadro 171 –Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
5 Somos Todos Samarco	04/12/2015	Tudo dará certo! Vamos lutar por dias melhores para todos, estamos juntos nessa! #STS #FICASAMARCO

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

A postagem acima (QUADRO 171) é de autoria do movimento Somos Todos Samarco (STS), presente no ambiente digital por meio de sua *fanpage* homônima criada em 11 de novembro de 2015. Ele é definido como “[...] uma iniciativa independente, que pretende dar apoio a empresa, aos funcionários e ser mais um elo de ligação entre a empresa, o ocorrido e o povo” [sic]. A *fanpage* possui mais de 7.600 curtidas<sup>246</sup> e o movimento já realizou passeatas a favor do retorno às atividades da empresa, justificada, principalmente, pela necessidade de manutenção dos empregos<sup>247</sup>.

Em consonância com essa proposta, o movimento expressa seu apoio à Samarco na *fanpage* da empresa: “Tudo dará certo! Vamos lutar por dias melhores para todos, estamos juntos nessa!”. Ao final da mensagem, por meio das *hashtags* #STS e #FICASAMARCO, o STS destaca luta pela permanência da empresa como geradora de emprego e renda nas cidades onde atua.

As *hashtags* #Somostodos, #STS, #FICASAMARCO e #unidoscomasamarco também evidenciam o envolvimento dos sujeitos com a “causa” ruptura da barragem. Outros usuários também fazem uso de *hashtags* que demonstram o envolvimento, mas em apoio à população atingida pelo ocorrido. É o caso, por exemplo, das *hashtags* #FORÇAMARIANA e #ForçaGV, presentes no comentário 32 da terceira postagem. A *hashtag* #achopouco também sintetiza as reações à postagem da empresa nessa terceira postagem e reforça a ideia

<sup>245</sup> Até a data de fechamento deste trabalho a empresa ainda não havia retomado as suas operações.

<sup>246</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/somostodosamarco/?fref=ts>>. Acesso em: 24 fev.2017.

<sup>247</sup> Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/marianenses-lancam-campanha-somos-todos-samarco/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

de que a Samarco “não faz mais que obrigação” em desenvolver as ações assistenciais junto aos afetados pelo rompimento.

#### *Hashtags #samarcoassassina e #ForaSAMARCO*

As *hashtags* #samarcoassassina e #ForaSAMARCO evidenciam, na construção discursiva, o modo como o rompimento ensejou a emergência de novos dizeres possíveis sobre a Samarco.

Quadro 172 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
152	11/12/2015	Fazendo o que deve ser feito? Fechem as portas e vão embora, isso que deveriam fazer.... O Brasil tem outras inúmeras riquezas menos poluentes a serem exploradas... <b>#ForaSAMARCO</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

No comentário do Quadro 172, o usuário se apropria do discurso institucional (“Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso.”) para atuar na disputa de sentidos. Ele acredita que a empresa deve abandonar as suas atividades no país e vislumbra outras saídas econômicas frente à dependência pela mineração. Ao final, insere a *hashtag* #ForaSAMARCO, que evidencia na construção discursiva o posicionamento daqueles sujeitos que defendem a saída da empresa, dizeres que se tornaram possíveis a partir do rompimento.

#### *Hashtag #quantovaleavida?*

A *hashtag* #quantovaleavida? pode ser compreendida, no contexto da produção de sentidos analisada, como um enunciado que “convida” os usuários a refletirem sobre as consequências geradas pela ruptura da barragem de Fundão sob o viés das perdas humanas. Nesse sentido, cumpre a função de ampliar os sentidos acerca do ocorrido.

Quadro 173 – Ambiente digital - *hashtags*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
91	05/12/2015	Assassinaram um rio inteiro, espécies, cidade, histórias, pessoas. R\$ 80 milhões doados pra campanhas eleitorais e maior parte desse dinheiro para o partido que assume o ministério de Minas e Energia. Engraca não? ? Apenas 4 fiscais para avaliar quase 800 barragens! Vcs omitem informações e liberdade a informação! Omitem dados de mortes e desaparecimentos e ainda tentam se esforçar para passar boa imagem de que ajudam a conter esse desastre! #samarcoassassina #naofoiacidente # <b>quantovaleavida?</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Nesse comentário (QUADRO 173), o usuário questiona a relação da Samarco com o poder público brasileiro. Ele ainda revela a dimensão do silêncio, ao lembrar que a Samarco não faz menção, em sua página, ao número de mortos e de desaparecidos no rompimento. Por fim, traz à cena discursiva a *hashtag* #quantovaleavida? que relaciona os valores doados pela empresa, segundo o usuário, às campanhas eleitorais e a imensurabilidade das vidas perdidas com a ruptura.

Quadro 174 – *Hashtags* encontradas nos comentários da postagem Ações assistenciais e a função que cumprem na dinâmica discursiva

Enunciado coletivo	Marcas das condições de produção	Novos dizeres possíveis	Abertura dos sentidos	Marca do envolvimento do usuário
#naofoiacidente	#Somostodos	#samarcoassassin a	#quantovaleavida ?	#Somostodos
#SamarcoNaoFoi Acidente	#STS	#samarcoassassin a		#STS
#SamarcoNaoFoi Acidente	#FICASAMARCO	#ForaSAMARCO		#FICASAMARC O
#naofoiacidente	#unidoscomasama rco			#unidoscomasam arco
	#achopouco			#FORÇAMARIA NA
				#ForçaGV

Fonte: Elaboração própria.

#### 4.4.3.2.4 *Emojis*

Ao analisar os comentários que incluem *emojis* nessa terceira postagem, é possível perceber que eles se mantêm na dinâmica discursiva como elementos sintetizadores do discurso, agregadores de novas “camadas” de sentidos ou se configuram como marcas do discurso com identificação.

No comentário do Quadro 175, o *emoji* “condensa” a insatisfação do sujeito evidenciada nos dizeres em referência à postagem da Samarco. Nesse sentido, o elemento funciona como uma forma-síntese do discurso do usuário.

Quadro 175 – Ambiente digital - *emojis*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
87	05/12/2015	e o mínimo já que são o máximo em fazer merda... 😞

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Os *emojis* também podem representar, na dinâmica discursiva, que houve um processo de identificação entre os usuários. Na publicação apresentada no quadro 176, o usuário demonstra identificação com o que é dito pela Samarco por meio do *emoji* “palmas” em reconhecimento ao trabalho realizado pela empresa.

Quadro 176 – Ambiente digital - *emojis*

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
109	10/12/2015	👏👏👏👏👏 vocês erram mais reconheceram! Já é um grande começo ! Estão de parabéns pelo cuidado e assistência as famílias ...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Após refletir sobre as condições de produção dos discursos presentes na terceira postagem analisada, aborda-se o modo como a memória discursiva se fez presente nos comentários dos usuários.

#### 4.4.3.3 Memória discursiva<sup>248</sup>

Na sequência abaixo (QUADRO 177), um usuário faz menção à Samarco como “A responsável pela maior tragédia ambiental nacional”. Tal afirmação pode ser compreendida como um novo dizer possível constituído a partir da ruptura da barragem de Fundão. Por outro lado, o autor do comentário 61.1 traz à tona a dimensão da memória discursiva – reorganizada a partir do rompimento, mas que ainda reverbera nos dizeres dos usuários.

<sup>248</sup> A memória discursiva acerca da atividade mineradora não se configura como representativa da disputa de sentidos observada na terceira postagem.

Quadro 177 – Memória discursiva - empresa séria X empresa exploradora

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
61	05/12/2015	A responsável pela maior tragédia ambiental nacional.
61.1	11/12/2015	e a 5º maior do mundo

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

No entanto, é a dimensão da memória discursiva que relaciona a Samarco aos sentidos atribuídos a uma empresa exploradora que se mostra mais presente no discurso dos usuários nessa terceira postagem.

Quadro 178 – Memória discursiva - empresa exploradora

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
22	05/11/2015	Cara deceriam ter vergonha ainda de anunciar o que estão "fazendo" para ajudar... dinheiro nenhum paga a irresponsabilidade dessa empresa... o que será feito para estabilizar todo sistema ecológico que foi devastado da região? Empregos? O ser humano só pensa no seu umbigo... e o que a samarco esta fazendo nada mais é que propaganda .... sujos... isso não é ajuda... isso é ser oportunista. <b>Vão embora daqui seus exploradores...</b> tiram todo ropagandinha de boa ação... cara não tem o que falar...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário do Quadro 178, o autor reage à postagem da empresa com alicerce em uma memória discursiva relacionada à Samarco que, como uma mineradora, traz prejuízos sociais e ambientais: “Vão embora daqui seus exploradores...”. Ele demonstra preocupação com as ações futuras de minimização dos impactos gerados pela ruptura e vê a divulgação feita pela empresa como um oportunismo, uma vez que, para o usuário, a mineradora está se aproveitando do momento para fazer propaganda.

#### 4.4.3.4 Novos dizeres possíveis

Conforme já mencionado, com a ruptura da barragem de Fundão, há uma desestabilização da memória discursiva que leva à constituição de novos dizeres possíveis sobre a Samarco que seriam inconcebíveis antes do ocorrido. “Vale dizer: o acontecimento discursivo faz trabalhar a memória do dizer, a estrutura, o repetível, provocando um reordenamento no que pode ser dito: o que antes era da ordem do não-dito, do impensável aparece, agora, como o que pode/deve ser dito” (INDURSKY, 2003, p. 115). O comentário do Quadro 179 é representativo dessa dinâmica.

Quadro 179 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
29	05/12/2015	<b>Bandidos!</b> O dinheiro não compra a vida das pessoas, principalmente das crianças que morreram sufocadas pela lama.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Nessa mensagem, o usuário se manifesta em relação à postagem da Samarco sobre as ações assistenciais desenvolvidas pela empresa (QUADRO 179). Os novos dizeres possíveis (Bandidos!) se esteiam em um discurso com base emotiva. O autor da mensagem faz menção às “crianças que morreram sufocadas pela lama”, que aciona a rememoração sobre a perda de vidas humanas causadas pela ruptura e se configura, no contexto da produção de sentidos analisada, como uma estratégia de captação.

Para o usuário abaixo (QUADRO 180), o nome da empresa está relacionado, agora, a uma ideia de irresponsabilidade.

Quadro 180 – Novos dizeres possíveis

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
114	10/12/2015	Samarco, o seu nome agora é <b>negligência</b> . O <b>compromisso</b> com o meio ambiente significa, proteger vidas. Luto eterno pelo animais mortos.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Na mensagem, ele se apropria do discurso institucional da empresa “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso” para dar relevo à postura negligente da mineradora que levou à ruptura da barragem de Fundão.

#### 4.4.3.5 Os sentidos e as palavras

Ao se pensar no modo como os usuários referem-se à ruptura da barragem na disputa de sentidos, faz-se pertinente abordar, também nessa terceira postagem analisada, o uso das palavras acidente e tragédia pelos usuários.

##### 4.4.3.5.1 Referência ao ocorrido: “acidente”

Na sequência de comentários do Quadro 181, é possível observar um processo de deslocamento dos sentidos acerca da palavra “acidente” para se referir ao rompimento.

Quadro 181 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
120	10/12/2015	gente, não critiquem dessa forma, eles estão fazendo tudo que podem, na medida do possível, foi um <b>acidente</b> , pode acontecer com todo mundo.
120.1	10/12/2015	Acidente? Veja o video abaixo jovem
121	10/12/2015	<a href="http://youtu.be/1IBARFe6OTs">http://youtu.be/1IBARFe6OTs</a>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

No primeiro comentário, o usuário faz uso da palavra “acidente” ligado a um sentido de fatalismo: “pode acontecer com todo mundo”, algo coerente com o posicionamento assumido por ele na disputa de sentidos, já que o autor da publicação intercede a favor da Samarco junto aos interlocutores (QUADRO 181). Diante disso, outro usuário responde o comentário e pede o autor do comentário 120 veja o vídeo que ele insere na página por meio de um *link*.

O *link* leva para um vídeo intitulado “Tragédia anunciada na barragem que se rompeu em Mariana/MG”, uma matéria do jornal da Band mostrando que foram identificadas rachaduras na barragem de Fundão em 2011. Nela, a repórter afirma: “Desde 2011 a barragem de Fundão dava sinais de que a estrutura estava comprometida”. Com a apropriação do discurso midiático, o autor dos comentários 120.1 e 121 busca reforçar o eufemismo presente no uso da palavra “acidente” naquele contexto e o modo como isso também corrobora para um abrandamento da responsabilização da Samarco pelo caso, assim como na mensagem a seguir (QUADRO 182).

Quadro 182 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
41	05/12/2015	Não foi <b>acidente</b> , foi negligência. Não fazem mais q obrigação e ainda e pouco.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Frente ao vídeo – elemento multimidiático que passou a fazer parte da construção discursiva –, o autor do comentário 120 atua novamente na disputa de sentidos por meio da publicação 121.1 (QUADRO 183).

Quadro 183 – Referência ao ocorrido - acidente

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
121.1	10/12/2015	ah sim, não sabia disso, continua sendo <b>acidente</b> , porém, podia ter sido evitado. Falta de comprometimento com as pessoas e com a natureza...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifo nosso).

Nesse segundo momento, apesar de denominar a ruptura como “acidente”, o usuário afirma que ele poderia ter sido evitado. Nesse viés, a Samarco emerge como responsável pelo ocorrido: “Falta de comprometimento com as pessoas e com a natureza...”.

#### 4.4.3.5.2 Referência ao ocorrido: “tragédia”

Ainda em relação ao modo como os usuários fazem referência ao ocorrido, aborda-se os sentidos atribuídos à palavra tragédia no contexto da disputa de sentidos analisada.

Quadro 184 – Referência ao ocorrido - tragédia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
77	05/12/2015	Façam valer o slogan: Paguem todas as multas, parem de corromper os agentes de Governo e fiscalização, indenizem as vítimas e invistam nos programas de recuperação ambiental para recuperar a <b>tragédia</b> que causaram com sua gestão irresponsável.
115	10/12/2015	O que deveriam fazer certo que deveria ser o compromisso de vocês era evitar a <b>tragédia</b> , 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"

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Diferente do que ocorre na primeira e na segunda postagem, não há nenhum comentário que faça uso da palavra “tragédia” sem que ela esteja vinculada a uma responsabilização da Samarco. Nos comentários do Quadro 184, esse modo de dizer sobre a ruptura se faz presente: a tragédia foi causada pela gestão irresponsável da Samarco (77) e pela falta de compromisso em evita-la (115).

#### 4.4.3.6 Posições enunciativas

Ao se pensar nas posições enunciativas assumidas pelos usuários nessa terceira postagem, destaca-se o comentário transcrito no Quadro 185, em que o usuário se manifesta por meio de uma análise do cenário político brasileiro atual e assume, em certa medida, a posição de advogado. Como tal, ele recomenda a ação de bloqueio dos bens da empresa para que seja possível desenvolver ações de mitigação dos impactos causados pelo ocorrido.

Quadro 185 – Posições enunciativas

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
89	05/12/2015	conversa fiada!junto com a política corrupta atual , não passam de sangue sugas, do cidadão brasileiro e dos recursos do nosso país! deveriam ter todos bens bloqueados e destinar a recuperação da cagada que fizeram! lixos do Brasil,mercenários, escória, podres...! !!!!!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

#### 4.4.1.7 Disputa de sentidos: Empresa X Usuários

No estudo da disputa de sentidos constituída entre a empresa e os usuários, é preciso refletir sobre a forma que os usuários se manifestaram frente à terceira postagem da empresa. Além dos comentários nos quais os usuários se apropriam do discurso institucional para atuarem de forma crítica, é possível observar – como constância presente nos discursos dos sujeitos – um entendimento de que a Samarco “não faz mais que obrigação” ao desenvolver as ações assistenciais junto às vítimas.

Quadro 186 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
58	05/12/2015	Não está fazendo mais que a obrigação de vocês. Vergonha para vcs.
65	05/12/2015	Ñ fizeram mas dq a obrigaçao de Vcs

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

Como é possível observar nas mensagens (QUADRO 186), o enunciado utilizado pelos usuários é o mesmo, apesar de apresentar algumas variações. Já no comentário exposto no Quadro 187, a reação do usuário à postagem da mineradora é criticar a disparidade – em seu entendimento – entre o que é mostrado na *fanpage* “Lindas fotos. Lindos números” e a realidade vivenciada pela população afetada pelo rompimento.

Quadro 187 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
24	05/12/2015	Lindas fotos. Lindos números. No entanto, a realidade é que a SAMARCO é especialista em enterrar gente viva!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ao se manifestar sobre a postagem da mineradora, outros usuários buscam desconstruir o discurso institucional ao trazer à tona a sua perspectiva sobre a situação das vítimas.

Quadro 188 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – (des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
17.1	05/12/2015	115 não..... nada disto...se informe melhor (nome do autor do comentário 17)!....Eu estive várias vezes em Mariana e não foi esta a verdade que me disseram.....e hotéis pousadas não....são PULEIROS.....as famílias estão amontoadas há 30 dias em verdadeiros pulgueiros....tenham um pouco de vergonha!!....E outra, vcs não fazem nada mais do que a obrigação!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

O autor do comentário 17.1 (QUADRO 188) alicerça o seu discurso com base no conhecimento que afirma ter sobre as ações assistenciais realizadas pela Samarco (“Eu estive várias vezes em Mariana”) para desconstruir o discurso institucional. Com fundamento nisso, recomenda que o autor do comentário anterior – que reproduz em sua mensagem os dados divulgados pela empresa – informe-se melhor.

Em contrapartida, outros usuários se manifestam de forma positiva frente à postagem da empresa, o que dá relevo à polarização entre aqueles que criticam e os que apoiam a mineradora.

Quadro 189 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
15	04/12/2015	Tudo no seu tempo e DEUS na frente. O resto...é resto. <b>Força Samarco</b> , tudo passa.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

No comentário do Quadro 189, o autor faz uso de um enunciado apropriado também por outros usuários que defendem a empresa no contexto da disputa de sentidos: Força, Samarco. Na publicação mostrada no Quadro 190, o autor questiona a insatisfação de parte dos usuários frente às informações divulgadas pela Samarco: “se informam reclamam se não informam reclama”.

Quadro 190 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários – reação à postagem da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
100.1	06/12/2015	Chega soar falso essa preocupação de quem nada está fazendo...Preferem ver o circo pegar fogo. <b>se informam reclamam se não informam reclama</b> .Nem Jesus conseguiu agradar a todos...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Por meio das reações à postagem da empresa, os usuários também evidenciam a presença de uma assessoria de comunicação que gerencia as publicações presentes na página, uma constância do discurso observável nas três postagens analisadas neste trabalho.

Quadro 191 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - presença da assessoria de comunicação

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
38	05/12/2015	O que deve ser feito? Acredito que assim como eu, outras pessoas do facebook deveriam denunciar essa página! Vocês nos causam vergonha

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

No comentário transcrito no Quadro 191, o usuário se apropria do *slogan* adotado pela Samarco (Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso.) para apresentar à empresa o que, na sua visão, deve ser feito pelos usuários. Para o autor, é preciso denunciar a página da mineradora e, em sua mensagem, ele convida as pessoas a fazerem isso. A ação tem como finalidade gerar a desativação da conta da Samarco no *Facebook*. Isso é possível porque a plataforma disponibiliza um sistema – nos perfis e nas *fanpages* – para recebimento de denúncias (FIGURA 20).

Figura 20 – Janela inicial do menu “Denunciar página” da *fanpage*<sup>249</sup>

Sendo assim, por meio das denúncias, a mineradora pode perder a sua conta no *Facebook*, uma ferramenta da Comunicação Organizacional por meio da qual se relaciona com seus públicos.

A ironia também se faz presente entre os comentários dos usuários sobre a postagem da empresa – algo que se mantém desde a primeira postagem da Samarco analisada. No comentário do Quadro 192, o usuário debocha das ações assistenciais realizadas pela empresa com fundamento em uma memória discursiva sobre a empresa ligada ao seu poderio econômico. Nesse contexto, o que a mineradora está fazendo pela população afetada é muito pouco diante dos recursos financeiros que ela dispõe.

Quadro 192 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
131	11/11/2015	Sério? Nossa que coisona...isso nem pinica no bolso de vocês

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

#### 4.4.3.7.1 Padrões de resposta da Samarco

Após analisar as reações dos sujeitos à terceira postagem da Samarco, faz-se pertinente, neste momento, refletir sobre o modo como a empresa se posicionou nos comentários com base nas respostas dadas aos usuários.

Nessa terceira postagem, a mineradora utiliza uma única resposta-padrão, sobre o Plano de Recuperação Ambiental, por apenas três vezes. Nela, informa sobre a contratação de

<sup>249</sup> Imagem gerada por meio da captura de tela (*print screen*). Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/?ref=ts&fref=ts>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

uma empresa de consultoria para “elaboração dos planos, gestão e supervisão das ações que serão implementadas em todas as áreas atingidas pelo ocorrido na barragem, incluindo os municípios localizados ao longo do Rio Doce”.

Nas duas primeiras vezes que faz uso da resposta-padrão, a mineradora cita que a empresa de consultoria contratada “estuda parcerias com outras instituições ambientais, como o Instituto Terra, do fotógrafo Sebastião Salgado” e disponibiliza um *link* para a página inicial do site institucional. Já na última intervenção feita entre os comentários, a Samarco retira o trecho que menciona o Instituto Terra e também o *link* que direciona para o site, como é possível observar no Quadro 193.

Quadro 193 – Padrões de respostas da Samarco

<p><b>Resposta-padrão: Plano de Recuperação Ambiental</b></p>	<p>Para execução do Plano de Recuperação Ambiental, nós contratamos a Golder Associates - 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, incluindo os municípios localizados ao longo do Rio Doce. A empresa também estuda parcerias com outras instituições ambientais, como o Instituto Terra, do fotógrafo Sebastião Salgado. Abrimos um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse:<a href="http://bit.ly/Samarco">http://bit.ly/Samarco</a>.</p>
<p><b>Resposta-padrão: Plano de Recuperação Ambiental (Variação)</b></p>	<p>Olá, Gabriela. Para execução do Plano para as barragens, 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.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de respostas na *fanpage* da Samarco.

Entre os três usuários que receberam a resposta, dois se manifestam sobre o retorno recebido. No comentário do Quadro 194, o usuário agradece a empresa pelo esclarecimento e reforça que, como um usuário “vigilante”, continuará a acompanhar as ações da mineradora.

Quadro 194 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
60.2	01/12/2017	Fico feliz pelo esclarecimento, e deixo-lhes certo de que estarei acompanhando as medidas que estarão sendo tomadas, bem como as atitudes da empresa que evitem futuras novas catástrofes. Sabemos que esta foi uma falha de prevenção, que causou, além de um dano ambiental grandioso, a morte de muitos inocentes. E sabemos que assim como a Samarco, muitas outras empresas precisam levar a sério a prevenção de tais acidentes. Grata pelo esclarecimento!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Já no comentário do Quadro 195, o autor aproveita a “deixa” dada pela empresa por meio da resposta para reforçar o seu posicionamento e cobrar da mineradora uma postura mais incisiva no trabalho de minimização dos danos gerados pela ruptura da barragem de Fundão.

Quadro 195 – Disputa de sentidos Empresa X Usuários - reações às respostas-padrão

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
145.2	11/12/2015	Quanto maior for a demora, maior a tragédia! a lama continua indo no sentido do mar, e a quantidade de água contaminada é assustadora! Tudo isso por ambição de dinheiro, vocês necessitam dessa água, desse ar, dessa terra!

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

#### 4.4.3.8 Disputa de sentidos: Usuários X Usuários

Após abordar, de modo particular, a disputa de sentidos configurada entre a empresa e os usuários, volta-se o olhar, neste momento, para o modo como essa disputa se constitui entre os próprios usuários. Nesse viés, os comentários a seguir são representativos da polarização dos discursos entre os que defendem a Samarco e os que criticam a empresa.

Quadro 196 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - polarização dos discursos

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
14	04/12/2015	VIOLÊNCIAS E PALAVRAS INADEQUADAS NÃO. POIS TEMOS ESTUDANTES MENORES ACOMPANHANDO-O O TRABALHO DA EMPRESA, <b>VAMOS RESPEITAR.A EMPRESA ESTA FAZENDO A PARTE DELA</b> TAL COMPORTAMENTO INADEQUADO NO FACEBOOK BSO VAI AJUDAR EM NADA.SE ELA MANDOU OS FUNCIONÁRIOS EMBORA PORQUE <b>GOVERNO QUE TOMOU ESTA AÇÃO DE QUERER BILHÕES MULTA</b> , DEVE SER QUE ELE VAI LIMPAR OS RIOS,E TUDO QUE EU VEJO QUE AS <b>VÍTIMAS ESTÃO TÃO CALMAS</b> TRISTE SIM,MAS NÃO APONTAM DE AGRESSÃO

		CONTRA EMPRESAS VAMOS APRENDER COM ELES *TENHAM CALMA A SAMARCO ESTA FAZENDO SUA PARTE, E A SRA <b>VALE DO RIO DOCE</b> QUEIRA POR FAVOR SE MANIFESTAR, E FÁCIL JOGAR CULPA NOS OUTROS,AQUI AGENTE RESPIRA PÓ DE MINERIO E SE VALE DO RIO DOCE NÃO TEVE CAPACIDADE DE MONITORAR SUBSIDIÁRIA SAMARCO...SAMARCO AVISE VALE DO RIO DOCE SE MANIFESTAR OU EKA ESTA SE APROVEITANDO DA FRAGILIDADE CADE OS ENGENHEIROS AMBIENTAIS DA VALE,NAI PERCAM TEMPO EM CRITICAR NINGUÉM AJUDA,TALVEZ VOCÊ PODE TER UNA ÓTIMA IDÉIA PAZ E BEM
14.3	05/12/2015	Respeitar a empresa? E cadê o respeito dela pelas pessoas. Para defender essa empresa só sendo uma pessoa sem vergonha na cara msm.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

Na sequência do Quadro 196, o primeiro usuário atua na disputa de sentidos em defesa da Samarco: é preciso respeitá-la, já que “A EMPRESA ESTA FAZENDO A PARTE DELA”. Para ele, a demissão de funcionários da mineradora é resultado da exigência do pagamento de multas feita pelo Estado. Além disso, não se justifica a agressão à Samarco presente nas mensagens da *fanpage* já que as vítimas – ele fala em nome delas – “[...] ESTÃO TÃO CALMAS TRISTE SIM,MAS NÃO APONTAM DE AGRESSÃO CONTRA EMPRESAS VAMOS APRENDER COM ELES”. O autor do comentário também utiliza outra estratégia para interceder a favor da mineradora na disputa de sentidos: ele traz à cena discursiva outro ator social – a Vale – “E A SRA VALE DO RIO DOCE QUEIRA POR FAVOR SE MANIFESTAR, E FÁCIL JOGAR CULPA NOS OUTROS”. Assim, ele dá destaque à responsabilidade da acionista pelo ocorrido.

Diante do comentário 14 (QUADRO 196), outro usuário, autor do comentário 14.3, se manifesta na página para se contrapor aos dizeres de seu interlocutor. Ele inicia sua fala com base em um questionamento construído a partir de uma afirmação do autor do comentário anterior: “Respeitar a empresa? E cadê o respeito dela pelas pessoas”. Após isso, critica o posicionamento daqueles que atuam na disputa de sentidos em defesa da mineradora: “Para defender essa empresa só sendo uma pessoa sem vergonha na cara msm”.

Os usuários, que apresentam diferentes posicionamentos, fazem uso de estratégias discursivas que cumprem funções distintas no processo de produção de sentidos. Nessa terceira postagem analisada, é possível mencionar o conhecimento sobre a realidade dos lugares afetados pela ruptura (QUADRO 197).

Quadro 197 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12.3	04/12/2015	Pelo seu vocabulário percebe-se claramente que não teve uma educação adequada, um homem de cultura ZERO, de pouca inteligência e ignorante por natureza. Eu acho desnecessário este tipo de vocabulário e tb sair ofendendo as pessoas, mas o Brasil é assim mesmo né! Cheios de pessoas ignorantes, preguiçosos para buscar informações ou até mesmo de ajudar o próximo. O bom mesmo é criticar e dane-se!!!! Eu não trabalho na Samarco e nem preciso puxar o saco de ninguém, <b>estou aqui vendo tudo o que esta acontecendo e estamos recebendo todo apoio da empresa</b> , e sabe o que é engraçado, nós que moramos aqui nas cidades afetadas, vc não vê ninguém aqui reclamando e falando besteiras, mas quem esta longe e não pensou em nem um momento de vir ou mandar algum tipo de ajuda para as cidades afetadas, são os primeiros a criticarem, são alimentados pela Mídia sensacionalista.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O autor da mensagem direciona o seu comentário ao responsável pelo comentário anterior<sup>250</sup> e critica o posicionamento adotado por este na disputa de sentidos. Sua fala apresenta traços de uma discussão de cunho pessoal, e ele alicerça os seus dizeres por meio da indicação de traços identitários: “Eu não trabalho na Samarco e nem preciso puxar o saco de ninguém”. Com base nessa demarcação, faz uso do conhecimento que afirma ter sobre a realidade local: “estou aqui vendo tudo o que esta acontecendo e estamos recebendo todo apoio da empresa”. Tal ação se configura como uma estratégia de legitimação, por parte do enunciador, e, ao mesmo tempo, de (des)legitimação da fala daqueles que não foram afetados pelo rompimento.

O posicionamento adotado por esse usuário no comentário acima vai ao encontro da observação da gerenciadora da página da Samarco, Fernanda Ferreira, sobre a aprovação da Samarco nas comunidades em que a empresa atua, mesmo após a ruptura da barragem de Fundão.

[...] foi feita uma pesquisa em fevereiro com a Vox Populi e a gente percebeu que a reputação ainda existe, por incrível que pareça, nas áreas onde a Samarco tem operação. Então, no Espírito Santo, ali, ao redor de Ubu e em Germano, Mariana, a reputação é melhor que em Belo Horizonte. Mariana foi diretamente impactada. Por quê? Qual foi a nossa conclusão: com quem a Samarco se relacionava. E a Samarco sempre fez isso muito bem. Só que o espectro dela era esse, esse era o universo dela antes do rompimento. Quando ocorreu o rompimento da barragem, o Brasil inteiro, o mundo inteiro conheceu a Samarco. E conheceu a Samarco da pior forma” (FERREIRA, 2017).

<sup>250</sup> “No minimo tu é coxinha!, ou idiota, ou retrrdado... Ou tudo junto! Para sua infelicidade nao sou petista!” (Comentário 12.2, de 4/12/2015, analisado no tópico sobre Condições de Produção/Cenário Político).

Recorrendo à mesma estratégia discursiva, o autor do comentário exposto no Quadro 198 intervém na disputa de sentidos para desconstruir o que foi dito pelo autor da publicação analisada anteriormente (QUADRO 197).

Quadro 198 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - conhecimento sobre a realidade local

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
12.4	04/12/2015	Para de falar bobagens (autor do comentário 12.3)...eu moro nas redondezas e já fui nas cidades afetadas...e estou INDIGNADA. com a falta de atendimento adequado as pessoas afetadas.....familias inteiras em ver dadeiros PULEIROS HUMANOS que vcs chamam de HOTEIS POUSADAS.....uma grande VERGONHAAA AAAAA o que esta empresa está fazendo com as vítimas...nem indenização, nem salário, nem nadaaaaaaaaaaaaaa...o (autor do comentário 12.2) tem toda razão de criticar....o que esta empresa provocaou não tem desculpas....não tem perdão.....!!!...Então fica no seu canto e fale a VERDADE....ok?

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

Ele afirma possuir conhecimento sobre as ações assistenciais desenvolvidas pela empresa e traz à cena discursiva uma realidade totalmente diversa daquela apresentada na mensagem anterior. Além disso, por meio de um movimento de identificação, defende o usuário da publicação 12.2, alvo de críticas no comentário 12.3 (QUADRO 197): “o (autor do comentário 12.2) tem toda razão de criticar....o que esta empresa provocaou não tem desculpas....não tem perdão.....!!!”.

Assim como na segunda postagem analisada, os usuários fazem menção à poluição – no âmbito das discussões sobre os impactos ambientais gerados pela ruptura – como forma de atenuar a culpabilização da Samarco pelo ocorrido.

Quadro 199 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
84	05/12/2015	Sociedade só jogam pedra,enguento o maior destruidor da natureza no mundo somos nos mesmo,olha ai no seu quintal,nas ruas,,tantas matas queimando,olha a amazonia,poluição dos rios,como anda o tiete,haaaa ta tudo isso é culpa da samarco,,um avizo ai pra samarco "vcs sao o culpado,por agua parada no quintal,por jogarem lixo nos rios,enfim sao culpados de o mundo estar acabando por poluicao"brincadeira né,,tal do homem,é pior que animal.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco.

No comentário acima, o autor desaprova o posicionamento daqueles que criticam a Samarco. Para atuar na disputa de sentidos, ele constrói a imagem do homem como “destruidor” da natureza: responsável pelo desmatamento e pela poluição dos rios. Por fim, ironiza a responsabilização atribuída à Samarco no contexto das discussões sobre os impactos ambientais: “tudo isso é culpa da samarco,,um avizo ai pra samarco ‘vcs sao o culpado,por agua parada no quintal,por jogarem lixo nos rios,enfim sao culpados de o mundo estar acabando por poluicao”.

Em contraposição a isso, outro usuário intervém na disputa de sentidos para criticar a referência a questões anteriores ao rompimento, por exemplo, a poluição, como forma de atenuar a culpa da Samarco pelo ocorrido.

Quadro 200 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
84.1	06/12/2015	<p>Não, (nome<sup>251</sup>). Se deve problematizar o caso. Se deve cobrar. Eles destruíram o rio doce, cara. E se não fosse pouco, mataram vidas, tanto humanas quanto de outros animais. Deixarão consequências gravíssimas. Destruíram fauna e flora. O litoral do ES está recebendo a lama. Reservas de desova tartarugas foram prejudicadas. Desovas essas que eram uma das maiores do país, com peso imenso. E de algas também!!! A lama fez com que famílias pobres ficassem sem água.</p> <p><b>Então nao me venha com esse papinho de "a gente também destroi o planeta".</b> A samarco foi uma grande irresponsavel, uma destruidora. A natureza está recendo toda a lama, mas iremos pagar por isso, já estamos pagando!! Precisamos mostrar para a mineradora que ELA É a responsável desse desastre.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O usuário estrutura o seu comentário (QUADRO 200) destacando a responsabilidade da empresa pela destruição ambiental e pela perda de vidas humanas, consequências da ruptura. Seu discurso é construído com base em novos dizeres possíveis sobre a mineradora que emergiram a partir do rompimento: “A samarco foi uma grande irresponsavel, uma destruidora”. Ao longo da mensagem, ele dá relevo ao eufemismo, figura de “suavização” da linguagem, presente no uso da estratégia analisada: “Então nao me venha com esse papinho de ‘a gente também destroi o planeta’”. Para ele, não se deve amenizar a culpa da Samarco pelo ocorrido, é preciso cobrá-la para que todas as ações necessárias sejam desenvolvidas.

<sup>251</sup> Não é possível determinar a pessoa a quem o usuário se refere no comentário. Isso porque o nome citado não aparece entre os que publicaram na postagem e nem no texto de outras mensagens. Nesse caso, é possível apontar duas possibilidades: ou o usuário escreveu o nome do autor do comentário anterior de forma incorreta ou ele fez referência a outro sujeito que havia atuado na página, mas que apagou a publicação.

Assim como nas duas postagens da Samarco analisadas anteriormente, os usuários também fazem uso da ironia para atuar na disputa de sentidos configurada entre eles próprios.

Quadro 201 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - Ironia

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
93.3	10/12/2015	ohhhhh... entã vai lá, (Nome do autor do comentário 93.1): <b>obrigada Samarco Mineração</b> por ter aumentado a produção, mas não ter aumentado a capacidade do armazenamento de dejetos. muito <b>obrigada</b> , samarco, por ter matado quase 30 pessoas. <b>obrigada</b> , samarco, por deixar milhares de pessoas desabrigadas, por destruir uma vila inteira e ter atingido dezenas de outras cidades. <b>obrigada</b> , samarco, por ter deixado quase 1 milhão de pessoas sem água potável. <b>obrigada</b> , samarco por ter destruído a quinta maior bacia hidrográfica do brasil. <b>obrigada</b> , samarco, por não ter tentado impedir que a lama química chegasse ao mar. obrigada, <b>samarco</b> , por estar, neste momento, destruindo uma das maiores reservas marinhas do país. e por fim, <b>obrigada</b> , samarco, por essa tragédia ecológica que deixará sequelas por, pelo menos, mais cem anos. <b>te agradecemos. de coração</b>

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentário na *fanpage* da Samarco (grifos nossos).

O comentário exposto no Quadro 201 é feito em resposta a uma mensagem anterior (93.1) em que o usuário afirma ser preciso agradecer à Samarco, pois se o governo fosse o responsável pelas ações, os afetados estariam ao “relento”. Diante disso, o autor do comentário 93.3 concebe a sua fala de modo irônico e, a cada “agradecimento” feito à empresa, traz à tona uma crítica sobre as questões que levaram ao rompimento e ao posicionamento da empresa no trabalho de minimização dos impactos gerados pelo ocorrido.

Nas duas postagens da Samarco analisadas, observou-se a presença de um usuário – o mesmo sujeito em ambas as publicações – que atua na disputa de sentidos como “defensor atuante” das discussões sempre em defesa da mineradora. Nessa terceira postagem, outro sujeito assume, em certa medida, essa função.

Quadro 202 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
97 (Usuário “defensor atuante”)	05/12/2015	A pergunta que não quer calar e que nos preocupa é c relação à barragem de Germano. Como assim plano de fuga, caminhonetes c alarme e monitoramento. Nós queremos SEGURANÇA, queremos solução! Ainda não estamos tendo respostas confortantes!
97.1	06/12/2015	Está sendo reestruturada e reforçada, foi o que li

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

O usuário faz seis comentários na postagem em que se coloca como um “porta-voz” da empresa (97.1 – QUADRO 202) ou critica o posicionamento daqueles que são contrários à mineradora.

Quadro 203 – Disputa de sentidos Usuários X Usuários - usuário “defensor atuante”

Número do comentário	Data	Conteúdo do comentário
99.1 (Usuário “defensor atuante”)	06/12/2015	Isso é informação senhores...Se não informam reclamam se informa ironiza...

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Transcrição de comentários na *fanpage* da Samarco.

No caso do comentário acima, o usuário “defensor atuante” se manifesta sobre os sujeitos que cobram da empresa a divulgação de informações mas que, diante da comunicação, ironizam. Nesse viés, ele dá relevo aos usuários que se mostram insatisfeitos independentemente das ações adotadas pela empresa na *fanpage*.

Após desenvolver essa análise com vistas a caracterizar a disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco a partir da ruptura da barragem de Fundão, parte-se para as considerações finais deste trabalho.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso teórico-metodológico construído até aqui foi fundamentado pela problemática “Como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão?”. O alicerce teórico foi desenvolvido com base em uma tríade conceitual formada pelas discussões acerca do ambiente digital, com ênfase para o *Facebook*, a Comunicação Organizacional contemporânea e a Análise do Discurso (AD), como dispositivo teórico-metodológico do trabalho.

Com fundamento nessas reflexões, a metodologia abrangeu duas fases. Na primeira, abordou-se a dinâmica dos discursos produzidos pela Samarco no período de 5 de novembro de 2015 a 5 de dezembro de 2015, recorte temporal da pesquisa. Após isso, foram selecionadas três postagens da empresa e seus respectivos comentários para uma análise aprofundada. Como parte da metodologia, a entrevista com a jornalista responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda Ferreira, contribuiu de modo especial para o entendimento sobre as condições de produção do discurso institucional.

O desenvolvimento do trabalho foi marcado por tensionamentos que se fizeram presentes desde a sua concepção e também dizem sobre a trajetória de pesquisa. A pesquisadora é marianense e, desde cedo, conviveu com a presença da mineração na cidade. Sendo assim, foi necessário atentar para que o conhecimento a sobre a realidade local – e o papel desempenhado pela atividade mineradora no município – fosse utilizado a favor da pesquisa. Ao longo do desenvolvimento do estudo, algumas percepções foram desconstruídas para que fosse possível refletir sobre o objeto sob um novo olhar. Ao mesmo tempo, a trajetória da pesquisadora não foi anulada e também corroborou para a forma como a investigação foi delineada: “[...] toda pesquisa é resultado do entendimento da complexidade da realidade social, o que nos faz observar um objeto a partir das experiências e perspectivas do pesquisador, indicando a particularidade de cada pesquisa” (OLIVEIRA, 2015, p. 79).

Também se constituiu como um ponto de tensão no processo de pesquisa a abordagem da ruptura da barragem de Fundão com essa temática ainda “à flor da pele”. A construção do processo de discursivação do caso, que possuía (e ainda possui) diferentes lacunas, aconteceu concomitantemente à elaboração do trabalho. Nesse contexto, o surgimento de novas informações demandou um acompanhamento contínuo para que fosse possível conceber os fatores – internos e externos à *fanpage* – que contribuíram para a constituição da disputa de sentidos. Isso fez com que, ao longo do estudo, a atenção estivesse

voltada para o desenvolvimento da pesquisa, mas também para os desdobramentos constantes relacionados ao rompimento.

Outro aspecto a ser evidenciado como um tensionamento caracterizante desta investigação é a peculiaridade de se trabalhar com um objeto localizado no *Facebook*. A pesquisa em ambientes digitais sempre traz novas questões devido à possibilidade de atualização dos algoritmos e à dinamicidade dos objetos localizados nesse espaço midiático. Além das mudanças no algoritmo do *Facebook* ocorridas durante o seu desenvolvimento, é possível citar o aumento no número de comentários das postagens selecionadas para análise durante o período compreendido entre a definição do *corpus* e a coleta de dados: uma realidade imposta por essa plataforma mutável que é o *Facebook*. O alicerce teórico-metodológico da pesquisa foi construído com vistas a dar conta desse objeto dinâmico e ainda em construção. Com base nele, apresenta-se, a partir de agora, reflexões sobre o modo como se deu a disputa de sentidos na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão, questão norteadora desta dissertação.

Diante do ocorrido, a Samarco passou a vivenciar um momento crítico que colocou em xeque a imagem de uma empresa responsável socioambientalmente. Frente a isso, a mineradora optou por se posicionar na *fanpage* conforme três eixos temáticos: “Institucional”, “Ações Assistenciais” e “Meio ambiente/água”.

A respeito do discurso institucional, materializado nos *posts* da mineradora, observou-se o uso recorrente do enunciado “todos os esforços (necessários)”. Por meio dele, a empresa buscou reforçar o seu apoio integral no atendimento às vítimas e no desenvolvimento das ações de minimização dos impactos gerados pelo rompimento. Além disso, foi possível notar uma preocupação da Samarco em manter as informações divulgadas na página atualizadas e destacar o relacionamento com as comunidades atingidas.

Entre as constâncias identificadas no discurso institucional, a que se mostrou mais representativa do posicionamento assumido pela organização foi a priorização dada à prestação de contas do trabalho realizado e, conseqüentemente, à quantificação das ações desenvolvidas pela mineradora. No entanto, essa preocupação acabou por fazer com que a empresa deixasse de dizer o que as pessoas queriam ouvir: um pedido de desculpas (FERREIRA, 2017). Essa falta de alinhamento entre o que era dito pela empresa e o que se configurava como uma “demanda” dos sujeitos revelou uma dificuldade de a Samarco escutar (JENKINS *et al.*, 2014) o seu público.

Ainda sobre o discurso institucional, é preciso tecer apontamentos sobre o uso de respostas-padrão pela Samarco, modo pelo qual a empresa se fez presente nos comentários

das postagens. Como explicou a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, o uso desse “*script*” foi uma forma “de trabalhar organizadamente” (FERREIRA, 2017) naquele momento. No entanto, ao se manifestar na página apenas sobre assuntos específicos, presentes nas respostas-padrão, a mineradora deixou de dizer sobre outras questões relacionadas ao rompimento e que eram questionadas pelos usuários. Isso evidenciou a dimensão do silêncio na disputa de sentidos (o não-dito pela empresa).

A utilização das respostas-padrão pela empresa na *fanpage* se modificou com o passar do tempo, como é possível inferir por meio da análise comparativa do emprego desse recurso nas três postagens consideradas para esta pesquisa (QUADRO 204).

Quadro 204 – Comparação entre os padrões de resposta utilizados pela Samarco na *fanpage*

<b>Postagem 1</b> <b>Comunicado oficial do diretor-presidente – vídeo</b> <b>Data: 05/11/2015</b>	<b>Postagem 2</b> <b>Envio de água para Governador Valadares</b> <b>Data: 12/11/2015</b>	<b>Postagem 3</b> <b>Ações assistenciais realizadas</b> <b>Data: 04/12/2015</b>
Resposta-padrão 1: Alocação das vítimas e ações assistenciais imediatas	Resposta-padrão 1: Monitoramento das barragens	Resposta-padrão 1: Plano de Recuperação Ambiental
Resposta-padrão 2: Fiscalização das barragens	Resposta-padrão 2: Expansão da mancha	
Resposta-padrão 3: Orientação sobre doações para as vítimas	Resposta-padrão 3: Distribuição de água	
<b>Resposta-padrão 4:</b> <b>Esclarecimento sobre composição do rejeito de minério</b>	<b>Resposta-padrão 4:</b> <b>Esclarecimento sobre a composição do rejeito de minério</b>	
Resposta-padrão 5: Política de Investimento Social (PIS)	<b>Resposta-padrão 5:</b> <b>Causas do ocorrido + Fiscalização das barragens</b>	
<b>Resposta-padrão 6:</b> <b>Plano de Ação Emergencial de Barragens</b>	<b>Resposta-padrão 6:</b> <b>Plano de Ação Emergencial de Barragens (com variações)</b>	
<b>Resposta-padrão 7:</b> <b>Causas do ocorrido + Fiscalização das barragens</b>	Resposta-padrão 7: Abastecimento de água em Governador Valadares	
Resposta-padrão 8: Causas do ocorrido + Apoio às autoridades e suporte às vítimas + Política de Investimento Social (PIS)	Resposta-padrão 8: Envio de água contaminada	
Resposta-padrão 9: Causas do ocorrido + Apoio às autoridades e suporte às vítimas		
Resposta-padrão 10: Fiscalização das barragens + Causas do ocorrido + Apoio às autoridades e suporte às vítimas		
Resposta-padrão 11: Esclarecimento sobre a		

composição do rejeito de minério + Política de Investimento Social (PIS)		
Resposta-padrão 12: Alocação das vítimas e ações assistenciais imediatas + Política de Investimento Social (PIS)		
Resposta-padrão 13: Apoio às equipes da Samarco e autoridades locais + Causas do ocorrido (apuração) + Plano de Ação Emergencial de Barragens		

Fonte: Elaboração própria.

As temáticas abordadas pela mineradora mudaram no decorrer do período analisado, assim como as condições de produção atribuídas a cada postagem. Como é possível observar, a Samarco fez uso, na segunda postagem, de apenas três respostas-padrão presentes no primeiro *post* analisado. Já na última publicação, houve uma resposta que não tinha sido utilizada até então nas duas publicações analisadas anteriormente. Assim, em cada momento, a empresa precisou se manifestar sobre assuntos específicos que demandavam um posicionamento por parte dela.

A quantidade de respostas-padrão aplicadas também diminuiu ao longo do tempo: de 13, no primeiro *post*, para apenas uma na última postagem analisada. O número de vezes que a empresa comentou nas publicações também acompanhou esse declínio. Por meio da análise da relação entre o número total de comentários<sup>252</sup> e o número de respostas de autoria da Samarco, tem-se uma “taxa de participação” (QUADRO 205), o que demonstra que a mineradora optou por se manifestar cada vez menos frente às mensagens dos usuários.

Quadro 205 – Taxa de participação da Samarco

<b>Postagem 1</b> <b>Comunicado oficial do</b> <b>diretor-presidente – vídeo</b> <b>Data: 05/11/2015</b>	<b>Postagem 2</b> <b>Envio de água para</b> <b>Governador Valadares</b> <b>Data: 12/11/2015</b>	<b>Postagem 3</b> <b>Ações assistenciais realizadas</b> <b>Data: 04/12/2015</b>
11,20%	2,56%	1,5%

Fonte: Elaboração própria.

Essa diminuição no número de intervenções da Samarco entre os comentários dos usuários vai ao encontro dos dizeres da gerenciadora da página, Fernanda Ferreira. De acordo

<sup>252</sup> No número total de comentários, incluem-se comentários originais e respostas, tanto da empresa como dos usuários. Postagem 1: número total de comentários: 616, número comentários da Samarco: 69; Postagem 2: número total de comentários: 507, número de comentários da Samarco: 13; Postagem 3: número total de comentários: 200, número de comentários da Samarco: 3.

com ela, com o passar do tempo, a equipe de Mídias Digitais optou por interagir com aqueles que queriam dialogar com a empresa, por meio de dúvidas ou críticas, e não somente xingar. Nesse contexto, emergiu uma reflexão sobre a amplitude de atuação da Samarco na *fanpage* “[...] será que a gente tem que falar para todo mundo?”, “Por que não falamos o assunto para quem realmente quer saber?” (FERREIRA, 2017). Com base nisso, a mineradora passou a utilizar estratégias como os *posts* georreferenciados, que levam em consideração a localização onde os usuários estão vinculados na plataforma (se alguém afirma morar em Mariana, por exemplo). Ao se pensar na dinâmica observável na página, tal estratégia permitiu que a mineradora se “desviasse”, em certa medida, dos discursos de ódio presentes na *fanpage*.

No que se refere às condições de produção do discurso, é possível afirmar que as questões relacionadas à Comunicação Organizacional contemporânea constituíram-se como um contexto amplo em que os discursos – tanto da empresa como dos usuários – foram produzidos. Nesse cenário, os processos comunicacionais não se limitam à fala oficial e existe a possibilidade de desvio de sentidos. Ademais, no ambiente digital, empresas e usuários desenvolvem uma dinâmica de relacionamento com a potencialidade de participação dos sujeitos e a apropriação das plataformas de comunicação digitais como ferramentas da CO.

Devido ao distanciamento temporal entre as postagens, as condições de produção também se constituíram de modo particular em cada uma, e os discursos observáveis na página refletem esse deslocamento. No primeiro *post*, “Comunicado oficial do diretor-presidente (vídeo)”, de 5 de novembro de 2015, a empresa e os usuários se manifestaram sobre um acontecimento que acabara de ocorrer. A principal preocupação levantada pelos sujeitos, naquele momento, era a garantia das primeiras ações assistenciais às vítimas: alocação dos afetados, atendimento médico e fornecimento de itens essenciais, como alimentação e material de higiene. São “usuários vigilantes” que cobram um atendimento digno aos afetados e reconhecem a solidariedade da população em detrimento da falta de apoio da mineradora.

Ao contrário da primeira postagem em que muitos falaram “em nome” das vítimas, no segundo *post*, “Envio de água para Governador Valadares”, de 12 de novembro de 2015, as próprias pessoas afetadas utilizaram a *fanpage* para se manifestarem. Nesse contexto, a presença da condição de identidade (CHARAUDEAU, 2009b) aparece como caracterizante da disputa de sentidos: muitos usuários afirmaram ser moradores de Governador Valadares. A preocupação dos sujeitos se voltou para os danos causados ao rio Doce e para os impactos causados pela chegada da lama à cidade (falta d’água, mau cheiro gerado pela morte de peixes, etc.). Os usuários também apresentaram questionamentos sobre o auxílio prestado pela

Samarco e o modo como as ações futuras serão desenvolvidas, tendo em vista o tempo que levará para que os danos ao meio ambiente sejam reparados.

Na terceira postagem, “Ações assistenciais realizadas”, de 4 de dezembro de 2015, observou-se uma justaposição entre as questões presentes nas duas publicações analisadas anteriormente. Com base no teor do *post*, os usuários demonstraram uma preocupação com a alocação das vítimas, mas de modo diferente no exposto na primeira postagem. Naquele momento, em que as demandas mais básicas já haviam sido atendidas, eles evidenciaram a necessidade de garantia de uma alocação digna, em casas alugadas e não em hotéis ou pousadas. Nesse contexto, os usuários fizeram menção às ações futuras relacionadas às vítimas – marca da disputa de sentidos constituída na primeira postagem – e à minimização dos danos ambientais, caracterizante da segunda publicação. Ainda sobre a terceira postagem, uma questão representativa das condições de produção é a menção à iminência do fechamento da Samarco, uma vez que o rompimento já completava quase um mês e a empresa ainda não havia retomado as suas operações.

Em consonância com o ambiente no qual os discursos analisados estão inscritos, empreendeu-se a tentativa de pensar também as particularidades das condições de produção do *Facebook* como um ambiente digital. Tal abordagem buscou propor a reflexão, mesmo que de modo inicial, sobre como as características desse espaço midiático conformaram o processo de produção de sentidos. Assim, foi preciso relacionar a materialidade na qual os discursos se constituíram – o *Facebook/fanpage* – à disputa de sentidos observada na página. Observou-se, de forma particular, as funções que quatro elementos característicos do *Facebook* cumpriram na dinâmica discursiva, a saber: a ação de marcação, o *link*, a *hashtag* e o *emoji*, conforme o Quadro 206.

Quadro 206 – Elementos característicos do *Facebook* e a função que cumprem na dinâmica discursiva

Elemento	1ª postagem	2ª postagem	3ª postagem
Marcação	<b>Marcação de usuário(s) por outro usuário</b> Possibilidade de inserção de novos sujeitos na disputa de sentidos  Tentativa de iniciar uma conversa	<b>Marcação de usuário(s) por outro usuário</b> Possibilidade de inserção de novos sujeitos na disputa de sentidos  Tentativa de manutenção do ato linguageiro  Possibilidade de inserção de outras fontes de informação	<b>Marcação de usuário(s) por outro usuário</b> Possibilidade de inserção de novos sujeitos na disputa de sentidos  Tentativa de manutenção do ato linguageiro
	<b>Marcação da empresa pelos usuários</b>	<b>Marcação da empresa pelos usuários</b>	<b>Marcação da empresa pelos usuários</b>

	Abertura dos sentidos	Tentativa de manutenção do ato linguageiro	Tentativa de obter retorno da empresa
	<b>Resposta ao comentário dos usuários:</b> Contribuição para a manutenção do ato linguageiro.	<b>Resposta ao comentário dos usuários:</b> Contribuição para a manutenção do ato linguageiro.	<b>Resposta ao comentário dos usuários:</b> Contribuição para a manutenção do ato linguageiro.
	<b>Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários</b> Abertura dos sentidos	<b>Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários</b> Abertura dos sentidos	<b>Marcação de página(s)/comunidade(s) pelos usuários</b> Abertura dos sentidos
	Possibilidade de inserção de novos atores sociais na disputa de sentidos	Possibilidade de inserção de novos atores sociais na disputa de sentidos	Possibilidade de inserção de novos atores sociais na disputa de sentidos
<b>Link</b>	Apropriação do discurso midiático	Apropriação do discurso midiático	Apropriação do discurso midiático
	Abertura dos sentidos	Abertura dos sentidos	Abertura dos sentidos
	Endossamento do discurso do usuário	Endossamento do discurso do usuário	Endossamento do discurso do usuário
	Inserção de elementos multimidiáticos	Inserção de elementos multimidiáticos	Inserção de elementos multimidiáticos
		Inserção de outras fontes de informação	Apropriação dos dizeres de outros sujeitos
<b>Hashtag</b>	Enunciado coletivo	Enunciado coletivo	Enunciado coletivo
	Novos dizeres possíveis	Novos dizeres possíveis	Novos dizeres possíveis
	Abertura dos sentidos	Abertura dos sentidos	Abertura dos sentidos
	Marca do envolvimento do usuário	Marca do envolvimento do usuário	Marca do envolvimento do usuário
	Reforço à condição de propósito (CHARAUDEAU, 2009b) do ato linguageiro	Marca das condições de produção	Marca das condições de produção
<b>Emoji</b>	Elemento sintetizador do discurso	Elemento sintetizador do discurso	Elemento sintetizador do discurso
	Agregador de “camadas” de sentidos	Agregador de “camadas” de sentidos	Marca do discurso com identificação

Fonte: Elaboração própria.

A realização desse exercício não deve ser entendida como uma tentativa de limitar a compreensão do uso desses elementos, mas de evidenciar os aspectos ligados à disputa de sentidos analisada. Assim, as mesmas funções podem transitar entre diferentes elementos: a

abertura dos sentidos se fez presente, ao mesmo tempo, na ação de marcação, nos *links* e nas *hashtags*.

Além disso, um único elemento analisado pode desempenhar diferentes funções na dinâmica discursiva: um *link* pode representar, concomitantemente, o endossamento do discurso do usuário e uma abertura dos sentidos. Os aspectos destacados no âmbito das condições de produção no *Facebook/fanpage* também podem dialogar com a proposição de Charaudeau (2009a) para se pensar as estratégias discursivas. O *link* como endossamento do discurso do usuário, por exemplo, pode ser vislumbrado como uma estratégia de credibilidade, já que busca agregar confiabilidade ao que é dito pelo enunciador.

No tocante à ação de marcação, uma das principais funções desse recurso relaciona-se à possibilidade de inserção de novos sujeitos na disputa de sentidos. Isso porque, diante da notificação do *Facebook* sobre a menção ao seu nome em um comentário, o usuário pode se direcionar para a página e atuar no processo de produção de sentidos. Além disso, a marcação também pode representar, na dinâmica discursiva, uma tentativa de manutenção do ato linguageiro. Nesse caso, o sujeito se preocupa em informar ao outro usuário – com quem interage – que fez um comentário direcionado a ele, o que revela uma intenção, por parte do enunciador, de que o interlocutor retorne à página para dar continuidade às discussões. Já a (não)marcação dos usuários pela empresa que, a um primeiro olhar, poderia representar o desejo de a Samarco “interromper” o processo de produção de sentidos, foi “compensada” pela opção da empresa de responder os comentários dos usuários, o que contribui para a manutenção do ato linguageiro.

No que se refere aos *links*, quatro funções foram observadas nas três postagens analisadas: a apropriação do discurso midiático, a abertura dos sentidos, o endossamento do discurso do usuário e a inserção de elementos multimidiáticos. Assim como ocorre com os outros elementos analisados, as possibilidades de utilização do *link* relacionam-se com os objetivos que cada sujeito buscou alcançar na disputa de sentidos. Por meio da apropriação do discurso midiático e do *link* como uma forma de endossar o discurso, os sujeitos buscavam dar credibilidade ao que estava sendo dito por eles. Já o *link* como uma abertura dos sentidos se fez presente nos casos em que os usuários quiseram trazer à cena discursiva novas perspectivas – ou novas versões – sobre a ruptura da barragem de Fundão. Por fim, o *link* como uma forma de inserir elementos multimidiáticos trouxe à cena discursiva a dimensão imagética do discurso, que se fez presente na disputa de sentidos a partir da ação de um sujeito.

Entre as *hashtags*, a #NãofoiAcidente e suas variações constituíram-se como um enunciado coletivo que caracterizou a disputa de sentidos ao sintetizar o posicionamento daqueles que buscaram reforçar a responsabilização da mineradora frente ao ocorrido. As *hashtags* também representaram a emergência de novos dizeres possíveis constituídos a partir da ruptura da barragem de Fundão: #forasamarco (1ª postagem), #SamarcoValebHPassassinias (2ª postagem) e #samarcoassassina (3ª postagem). Além disso, possibilitaram uma abertura dos sentidos acerca do rompimento ao trazer à tona questões que ampliaram as discussões e evidenciaram a materialização da ideologia na construção discursiva, como a *hashtag* #capitalismo. Ademais, as *hashtags* também demonstraram o envolvimento daqueles que apoiaram a empresa (#FICASAMARCO) ou assumiram um posicionamento em defesa das vítimas (#FORÇAMARIANA e #ForçaGV).

Os *emojis* – que revelam a dimensão imagética do discurso – atuaram como um elemento “sintetizador” do discurso. Isso porque parte do teor do discurso do usuário se concentrava, era “resumido”, na figura do *emoji*. Além disso, o elemento também foi interpretado como um agregador de “camadas” de sentidos. Nesse caso, foi representativo da disputa de sentidos o seu uso a fim de conferir ao discurso um tom irônico: o *emoji* contradisse o que estava sendo dito no texto e, assim, agregou uma nova “camada” de sentidos ao discurso.

A noção-conceito de memória discursiva – o já-dito que reverbera na fala dos sujeitos – também se mostrou operativa para caracterizar a disputa de sentidos delineada na *fanpage*. Foi possível observar dois entendimentos sobre a Samarco presentes nos dizeres dos sujeitos. O primeiro está relacionado à imagem, construída ao longo dos anos pela mineradora, de uma organização séria, responsável socioambientalmente e que oferece boas condições ao trabalhador, materializada em dizeres como o do autor do comentário 26.2 (1ª postagem): “Queremos acreditar q a samarco não desampará as vítimas pois é uma empresa séria” e também no discurso da própria empresa. Por outro lado, também se fez presente um já-dito relacionado à Samarco que, como mineradora, está associada à exploração trabalhista e aos impactos ambientais, como na fala “Vão embora daqui seus exploradores...” (comentário 22 da 3ª postagem). A análise da dimensão da memória discursiva refletiu o caráter paradoxal da atividade mineradora (FRANÇA, 2015), que traz benefícios econômicos e, ao mesmo tempo, impactos socioambientais nos locais onde atua.

Com a ruptura da barragem de Fundão, instaura-se um processo de desestabilização da memória discursiva. Nesse sentido, o *rompimento* de fato *rompeu* com os sentidos estabilizados e possibilitou a emergência de novos dizeres possíveis que fizeram com

que o processo de discursivação acerca do ocorrido o constituísse como um acontecimento discursivo. Na *fanpage*, os novos dizeres possíveis relacionam-se principalmente à Samarco, e o nome da empresa é apropriado pelos usuários para ser ressignificado por meio de enunciados que ligam a mineradora aos impactos gerados pela ruptura (“LAMARCO” e “SABARRO”). Além disso, emergiram novos dizeres possíveis também direcionados à empresa como responsável pelo ocorrido, conforme observado nas falas “CRIMINOSOS!”, “ASSASSINOS!” e “Bandidos!”.

Ao avançar na reflexão acerca da disputa de sentidos configurada entre a empresa e os usuários, bem como entre os próprios usuários, foi possível depreender que ela se articulou em torno do uso de estratégias discursivas. Nesse contexto, a Samarco e os sujeitos atuaram na *fanpage* por meio de estratégias definidas com base nos objetivos que eles pretendiam alcançar naquele contexto. Conforme a proposta da pesquisa, empreendeu-se a tentativa de identificar essas estratégias e relacioná-las à proposição de Charaudeau (2009a) para refletir sobre o papel que elas desempenharam na construção discursiva: legitimação, credibilidade ou captação.

No que concerne às estratégias da Samarco (QUADRO 207), as de legitimação foram utilizadas com vistas a reforçar a posição de legitimidade da empresa/diretor presidente como enunciadorees. Nesse sentido, a empresa tinha a compreensão de que era necessário legitimar a sua fala junto aos seus interlocutores. O uso das estratégias de credibilidade demonstrou a preocupação da mineradora em alicerçar o que estava sendo dito por ela com vistas a agregar confiabilidade ao seu discurso. Algo necessário já que, naquele momento, a credibilidade da instituição – e também dos seus dizeres – estava sendo questionada. No que concerne à estratégia de captação, é interessante observar que o discurso emotivo da empresa se fez presente na análise por meio da dimensão imagética do discurso (fotografia).

Quadro 207 – Resumo das principais estratégias discursivas utilizadas pela empresa

Estratégias utilizadas pela empresa	Legitimação, credibilidade ou captação (CHARAUDEAU, 2009a)
Relevo dado à seriedade da empresa	Estratégia de legitimação
Domínio sobre o tema “mineração”	Estratégia de legitimação
Apresentação como presidente da empresa/reforço à posição de autoridade	Estratégia de legitimação
Uso da palavra “acidente” ligado a sentido de fatalismo	Estratégia de credibilidade/Efeito de verdade
Quantificação das informações	Estratégia de credibilidade
Apresentação de informações geradas por terceiros (análises, laudos, etc.)	Estratégia de credibilidade
Construção de um <i>ethos</i> , uma imagem de si, enquanto líder maior da empresa	Estratégia de credibilidade
Discurso emotivo	Estratégia de captação

Fonte: Elaboração própria.

Nos embates discursivos protagonizados pelos usuários constata-se que esses sujeitos, de modo geral, dividiram-se em dois grupos<sup>253</sup> na disputa de sentidos: aqueles que defendiam a Samarco e os que culpabilizavam a empresa pelo ocorrido. Essa polarização também foi revelada por meio das estratégias utilizadas pelos sujeitos na disputa de sentidos, como na contraposição entre as estratégias “Poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco” X “Apropriação e ressignificação do discurso institucional”, quando os usuários se basearam nos dizeres do *slogan* da empresa para criticá-la na *fanpage*.

Quadro 208 – Resumo das principais estratégias discursivas utilizadas pelos usuários

Estratégias utilizadas pelos usuários	Legitimação, credibilidade ou captação (CHARAUDEAU, 2009a)
Reforço à condição de identidade (ex-funcionário da Samarco, morador de Governador Valadares)	Estratégia de legitimação
Posições enunciativas	Estratégia de legitimação
(Des)credibilização do discurso institucional a partir do conhecimento sobre a realidade local	Estratégia de legitimação
Justificativa da mineração para a subsistência humana	Estratégia de legitimação
Justificativa da mineração pela dependência econômica	Estratégia de legitimação
Conhecimento sobre a atividade mineradora e/ou sobre a empresa	Estratégia de legitimação
Conhecimento sobre a realidade local	Estratégia de legitimação
(Des)legitimação da fala daqueles que não foram afetados pela ruptura	Estratégia de legitimação
Uso das palavras “acidente” e “tragédia” ligado a um sentido de fatalismo	Estratégia de credibilidade/Efeito de verdade
Poluição como forma de atenuar a culpa da Samarco	Estratégia de credibilidade/Efeito de verdade

<sup>253</sup> É preciso ponderar que essa divisão – entre aqueles que são contra e a favor da Samarco – não se dá de forma homogênea. No interior de um mesmo “grupo”, observam-se posicionamentos diferentes que revelam as nuances na disputa de sentidos.

Reformulação tendenciosa <sup>254</sup>	Estratégia de credibilidade
Apropriação do discurso midiático	Estratégia de credibilidade
Efeito de verdade	Estratégia de credibilidade
(Des)credibilização do discurso institucional a partir da menção a outras fontes de informação	Estratégia de credibilidade
Discurso que sugere que o diretor-presidente da Samarco se coloque no lugar das vítimas	Estratégia de captação
Discurso emotivo	Estratégia de captação
Ironia	Estratégia de captação
Apropriação e ressignificação do discurso institucional	Estratégia de captação

Fonte: Elaboração própria.

Algumas estratégias perpassaram todas as postagens, como a manifestação na disputa de sentidos por meio de “Posições enunciativas”, com base nas intenções do sujeito, e a “(Des)credibilização do discurso institucional conforme o conhecimento sobre a realidade local”. Já outras se apresentaram como representativas das condições de produção do discurso de uma determinada publicação, como o “Reforço à condição de identidade”, caracterizante da segunda postagem analisada. Tal estratégia legitimou a fala dos sujeitos naquele contexto e, ainda, configurou-se como uma justificativa para “(Des)legitimação da fala daqueles que não foram afetados pela ruptura”.

Nas estratégias de legitimação, os sujeitos fizeram uso do entendimento que demonstraram ter sobre assuntos diversos, como a importância da mineração para subsistência humana e para a economia. Além do conhecimento sobre a atividade mineradora, a empresa ou, até mesmo, a realidade local das comunidades afetadas pela ruptura. Em todos os casos, a intenção foi criar ou reforçar a posição de legitimidade do enunciador no contexto da disputa de sentidos.

Assim como a empresa, os usuários também buscaram agregar confiabilidade ao que era dito por eles por meio de estratégias de credibilidade. Elas cumpriram a função de fazer com que o interlocutor acreditasse que aquilo que estava sendo dito pelo enunciador era confiável. Nesse contexto, os sujeitos empregaram estratégias como a reformulação tendenciosa e o efeito de verdade. Esta última evidenciou a importância, na disputa de sentidos, do “acreditar ser verdadeiro” em contraposição à comprovação de uma verdade por meio de uma evidência, tal qual o valor de verdade (CHARAUDEAU, 2009c).

Também foram encontradas, em menor número, as estratégias de captação, utilizadas nos casos em que o sujeito buscou provocar moções emocionais, como observado

<sup>254</sup> As estratégias também se formam por meio da relação entre si. No caso da reformulação tendenciosa, o usuário construiu o seu argumento com base em um conhecimento técnico sobre a atividade mineradora e a empresa.

na construção de um “Discurso que sugere que o diretor-presidente da Samarco se coloque no lugar das vítimas”.

Algumas estratégias, como a ironia, fizeram-se presentes na disputa de sentidos constituída entre os usuários e a empresa e também entre os próprios usuários, assim como o uso da palavra “acidente” que, em alguns casos, contribuiu para um abrandamento da responsabilização da Samarco pelo ocorrido. Diante disso, parte dos usuários alertou para o eufemismo presente no uso da palavra “acidente” naquele contexto, posicionamento demarcado pelo uso da *hashtag* “#nãofoiacidente”.

Importante ressaltar que não se empreende, aqui, a tentativa de “encaixar” as estratégias discursivas em uma classificação rígida, uma vez que a função que desempenham na dinâmica discursiva são transitórias e circunstanciais. Nesse viés, uma mesma ação também pode representar diferentes “tipos” de estratégias de acordo com a acepção de Charaudeau (2009a). Assim como na tentativa de buscar compreender as funções dos elementos característicos do *Facebook* na dinâmica discursiva, a intenção foi trazer à tona as estratégias discursivas representativas, que possibilitaram a articulação da disputa de sentidos. Para observar de que forma se configurou a dimensão do contrato de comunicação, partiu-se da compreensão dos elementos reconhecíveis no contexto de uma troca linguageira (CHARAUDEAU, 2009b) e se buscou identificar o modo como eles se apresentaram no processo de produção de sentidos observado. Com base nisso, o Quadro 209 pode ser concebido como uma representação concisa da disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão.

Quadro 209 – Elementos de uma troca linguageira segundo Charaudeau (2009b)

Dados externos	Definição	Perguntas que definem a condição	Elementos observáveis na <i>fanpage</i> da Samarco
Condição de identidade	Requer que todo ato de linguagem ocorra a partir de parceiros – sujeitos – engajados na troca. Traços identitários que influenciam no ato de comunicação.	“Quem troca com quem?” “Quem fala a quem?” “Quem se dirige a quem?”	Usuários X Empresa Usuários X Usuários  * A condição de identidade também se fez presente a partir de “perfis” observados entre os usuários (“vigilantes”, “defensor atuante” e “reiterador”), das posições enunciativas assumidas pelos sujeitos e dos traços identitários trazidos à tona por eles.
Condição de finalidade	Requer que todo ato linguageiro seja organizado em função de um objetivo. Expectativa de sentido em que	“Estamos aqui para dizer o quê?”	O posicionamento sobre as temáticas relacionadas à ruptura da barragem, com ênfase para a

	se fundamenta a troca linguageira.		responsabilização da empresa pelo ocorrido.  * A condição de finalidade também se desloca a depender das condições de produção do discurso constituída em cada publicação.
Condição de propósito	Requer que todo ato de comunicação se constitua em torno de um “domínio de saber”. “Macro-tema <sup>255</sup> ” (“universo de discurso dominante” ao qual a troca deve referir-se).	“Do que se trata?”	A ruptura da barragem de Fundão em Mariana, MG.  * Esse universo dominante é expandido e pode se configurar de modo particular a depender das condições de produção de cada postagem.
Condição de dispositivo	Requer que o ato de comunicação se construa de uma forma peculiar, de acordo com as “circunstâncias materiais” em que se desenvolve. Dispositivo que determina as “variantes de realização” no contexto de um contrato de comunicação.	“Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, que canal de transmissão é utilizado?”	<i>Facebook/Fanpage</i> da Samarco

Fonte: Elaboração própria, com base em Charaudeau (2009b).

Com fundamento nos apontamentos construídos até aqui, é possível afirmar que não há vencedores ou perdedores na disputa de sentidos constituída na *fanpage* da Samarco no primeiro mês após a ruptura da barragem de Fundão. Empresa e usuários atuaram com base em um contexto no qual estão inscritas variáveis como as condições de produção e a memória discursiva e, por meio do contrato de comunicação, definiram suas estratégias discursivas. A disputa de sentidos se configurou em torno da necessidade de se posicionar sobre o rompimento e fez com que cada sujeito se apropriasse dos recursos que dispunha para defender a sua visão sobre o caso.

Nela, estavam em jogo diferentes questões como o “nome da Samarco” e a garantia das ações assistenciais às vítimas. Por meio dela, temáticas que “sempre estiveram lá”, como os conflitos socioambientais acerca da atividade mineradora, emergiram a partir dos novos dizeres possíveis, o que permitiu conceber a ruptura da barragem de Fundão como um acontecimento discursivo. Nesse cenário, afloraram polarizações, mas também processos de identificação entre aqueles que compartilhavam um mesmo posicionamento.

<sup>255</sup> Conforme explica Charaudeau (2009b) o delineamento de um macro-tema não impede que os surjam outros temas e sub-temas no decorrer da troca linguageira.

O objeto aqui estudado apresenta diferentes possibilidades de abordagens futuras. A primeira diz respeito ao redimensionamento do recorte temporal da pesquisa, abarcando novas relações entre as postagens: “Será que o processo de produção de sentidos ainda se constitui como uma disputa um ano após a ruptura da barragem de Fundão?”. Também é possível lançar novos olhares sobre a construção discursiva com a adoção de noções-conceito da AD que não foram abordadas nesta pesquisa e que poderão indicar novas perspectivas de análise do objeto.

Além disso, o desenvolvimento da Análise do Discurso em ambiente digital, empreendida neste trabalho, apresenta-se como um primeiro passo no processo de aproximação entre a AD e os processos comunicacionais contemporâneos. Nesse âmbito, também é preciso colocar em perspectiva a discussão sobre quem é o sujeito que atua nesse espaço midiático. Haja vista a possibilidade de construção de uma identidade digital (ELLISON; BOYD, 2013), que comporte a existência de perfis *fakes*, e a ilusão do anonimato presente nesse meio. Portanto, análises futuras poderão ampliar essa compreensão e abrir caminhos para aqueles que se aventuram a desbravar territórios desafiadores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aberje. **Espaços corporativos em redes sociais digitais e processos de colaboração nas organizações**: realidade no Brasil. São Paulo: Aberje, 2014. (Pesquisa).

ANDRADE, Maria Júlia Gomes de *et. al.* **Vale de Lama**: Relatório de inspeção em Mariana após o rompimento da barragem de rejeitos do Fundão. Rio de Janeiro: Justiça Global, 2016. Disponível em: <<http://conflitosambientaismg.lcc.ufmg.br/wp-content/uploads/2016/01/Vale-de-Lama-Justic%CC%A7a-Global.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2016.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. In: **Organicom** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Departamento de Relações públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, n. 10-11, 2009.

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (Org.). **O Diálogo Possível** - Comunicação Organizacional e Paradigma da Complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

BALDISSERA, Rudimar; STOCKER, Pâmela. Comunicação organizacional e ethos discursivo: estratégias para falar de si nos anúncios dos bancos. In: MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Comunicação Organizacional**: dimensões epistemológicas e discursivas (Orgs.). Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas/UFMG, 2015.

BARONAS, Roberto Leiser. Formação Discursiva: vale a pena lutar por ela. In: **Estudos Linguísticos** XXXIV, p. 732-737, 2005. Disponível em: <<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2005/4publica-estudos-2005-pdfs/formacao-discursiva-vale-a-pena-1670.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

BICALHO, Luciana Andrade Gomes. A construção da fachada nos discursos de ódio compartilhados nas redes sociais online. In: JURNO, Amanda Chevtchouk *et al.* (Orgs.). **Disputas e alteridades**: diálogos possíveis na mídia contemporânea. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 2016.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. In: **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, v. 2, n. 1, 3, p. 68-80, jan./jul 2005. Disponível em: <[http://www.emtese.ufsc.br/3\\_art5.pdf](http://www.emtese.ufsc.br/3_art5.pdf)>. Acesso em: 5 jan. 2016.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

Câmara Municipal de Mariana. Apresenta informações, notícias e documentos do Poder Legislativo Municipal de Mariana. Disponível em: <<http://camarademariana.mg.gov.br/>>. Acesso em: 10 out. 2016.

CAZARIN, Ercília Ana; RASIA, Gesualda dos Santos. As noções de acontecimento enunciativo e de acontecimento discursivo: um olhar sobre o discurso político. In: **Letras**, Santa Maria, v. 24, n. 48, p. 193-210, jan./jun. 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. **Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional**. 2009a. p. 1-10. Disponível em: <[http://www.patrick-charaudeau.com/spip.php?page=imprimir\\_articulo&id\\_article=243](http://www.patrick-charaudeau.com/spip.php?page=imprimir_articulo&id_article=243)>. Acesso em: 16 jan. 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. O contrato de informação midiático. In: **Discurso das Mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2009b. p. 65-93.

CHARAUDEAU, Patrick. O que quer dizer informar. In: **Discurso das Mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2009c. p. 31-63.

CHARAUDEAU, Patrick. **Um modelo sócio-comunicacional do discurso**: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. 2010. p. 1-11. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Um-modelo-socio-comunicacional-do.html>>. Acesso em: 20 jan. 2016.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. Tradução de Fabiana Komesu (Coord.). 2. ed., 3. reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação digital e seus usos institucionais. In: KUNSCH, Margarida Krohling (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

CURVELLO, João José Azevedo; SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. A comunicação e as organizações como sistemas complexos: uma análise a partir das

perspectivas de Niklas Luhmann e Edgar Morin. In: **E-compós** – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 11, n. 3, set/dez. 2008.

DIAS, Jéssica Elizabeth de Castro. **A percepção da comunidade do município de Mariana/MG em relação às ações sociais e ambientais das empresas mineradoras que atuam na região**. 2015. 108f. Dissertação (Mestrado em Sustentabilidade) – Programa de Pós-graduação em Sustentabilidade Socioeconômica e Ambiental, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2015.

DÍAZ NOCI, Javier. **Online News: Narrative, Hypertext and Interactivity. An Analysis of International Media**. Projecte de Recerca. Concurs de Càtedra, Departament de Comunicació (Perfil: Periodisme a Internet), Universitat Pompeu Fabra, 2011.

DEPARTAMENTO Nacional de Produção Mineral (DNPM). **Informe Mineral**. Julho - Dezembro de 2015. Brasília: DNPM, 2016. Disponível em: <[http://www.dnpm.gov.br/dnpm/informes/informe-mineral-2\\_2015.pdf](http://www.dnpm.gov.br/dnpm/informes/informe-mineral-2_2015.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2016.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah. M. Sociality Through Social Network Sites. In: **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 151-172.

FACEBOOK. **Central de Ajuda**. Disponível em: <[https://www.facebook.com/help/282489752085908?helpref=popular\\_topics](https://www.facebook.com/help/282489752085908?helpref=popular_topics)>. Acesso em: 24 nov. 2016.

FERREIRA, Fernanda de Lima. Entrevista concedida a Dayana Cristina Barboza Carneiro. Belo Horizonte, 6 fev. 2017. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice 1 desta dissertação].

FILHO, Antonio Luiz de Medina Filho. Públicos em rede e comunicação organizacional: imagem, conversações, reputação. In: GONÇALVES, Fernando; FILHO, Antonio Luiz de Medina (Orgs.). **Comunicação, organizações e cultura digital**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2015.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. p. 35-70.

FRAGOSO, Sueli; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

FRANÇA, Vera R. **Dossiê Mariana: O alto preço da fatura**. 2015. Disponível em:

<<http://grislab.com.br/desastre-socioambiental/dossie-mariana-o-alto-preco-da-fatura/>>. Acesso em: 6 jan. 2016.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho *et al.* Estratégias discursivas para persuadir o agricultor ao produtivismo. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. IV, n. 1, 1º semestre de 2007.

GOBATTO, Lisiane Schuster. **Diretas Já**: o acontecimento discursivo camuflado pela mídia. In: **Anais do VII SEAD** – Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Recife: SEAD, 2015.

GOFFEY, Andrew. Algorithm. In: FULLER, Matthew (Ed.). **Software Studies: A Lexicon**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes; MACHADO, Vanda de Souza. Discursos organizacionais: as relações de consumo no ambiente das redes sociais digitais. In: **Organicom** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Departamento de Relações públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, ano 12, N. 22, 1º semestre de 2015.

INDURSKY, Freda. Lula lá: estrutura e acontecimento. In: **ORGANON** - Instituto de Letras Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 17, n. 35, 2003.

JENKINS, Henry *et al.* **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JÚNIOR, Paulo G. Souza Júnior. Visões da cidade: memória, poder e preservação em Mariana-MG. In: **Vivência**, UFRN/CCHLA, n. 28, p. 179-198, 2005.

KUNSCH, Margarida Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

KUNSCH, Margarida Krohling. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. In: **Matrizes**, v. 8, n. 2, jul./dez. 2014, p. 35-61.

LAGE, Esther Leopoldo. **Práticas e condições organizacionais relacionadas à gestão do conhecimento**: um estudo de caso na Samarco Mineração S/A. 2003. 150f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.

LANGLOIS, Ganaele. **Meaning in the Age of Social Media**. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

LIMA-CARDOSO, André *et. al.* **Planejamento de marketing digital**: como posicionar sua empresa em mídias sociais, blogs, aplicativos móveis e sites. Infobase Interativa, 2015. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/escolamktdig/e-book-planejamento-de-marketing-digital-como-posicionar-sua-empresa-em-mdias-sociais-blogs-aplicativos-mveis-e-sites-27931930>>. Acesso em: 9 jan. 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MANOVICH, Lev. **El language de los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós, 2005.

MARIANA. **Lei nº 2.855**, de 15 de maio de 2014. Institui o Circuito Turístico Estrada Caminhos da Mineração, o Programa Municipal de Formação Profissional, cria Escola de Artes e Ofícios e dá outras providências. Disponível em: <[http://camarademariana.mg.gov.br/uploads/camara\\_mariana\\_2014/camara/legislacao/2855-15-05-14-ok.pdf](http://camarademariana.mg.gov.br/uploads/camara_mariana_2014/camara/legislacao/2855-15-05-14-ok.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2016.

MENDES, Maria Elisa Silva. **Desemprego e fragmentação da subjetividade**: estudo de multicasos com trabalhadores demitidos nas cidades de Ouro Preto e Mariana-MG. 2015. 100f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2015.

MOREIRA, Vivian Lemes; BASTOS, Gustavo Grandini; ROMÃO, Lucília Maria Sousa. **Discurso homofóbico em blogs**: tessituras da violência e(m) rede. *Calisocópio*, v. 10, p. 161-170, 2012.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, abr. 2003.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução de Eliane Lisboa. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

NASSAR, Paulo. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Krohling (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

NAVARRO, Pedro. O pesquisador da mídia: entre a “aventura do discurso” e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: NAVARRO, Pedro (Org.). **Estudos do texto e do discurso**: mapeando conceitos e métodos. São Carlos: Claraluz, 2006.

NOGUEIRA, Erika Cristina Dias. **Facebook como espaço de legitimação virtual**: uma análise de *posts* e reações discursivas em páginas de ONGs ambientais. 2015. 160f. Dissertação (Mestrado) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Desafios metodológicos do campo da comunicação no contexto das organizações: uma experiência de pós-doutorado. In: MATTOS, Maria Ângela; OLIVEIRA, Max Emiliano. (Orgs.). **Desafios e perspectivas epistemológicas e metodológicas do campo comunicacional**: estudos comparativos internacionais. Belo Horizonte: PUCMinas, 2015.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Dimensão estratégica da comunicação no contexto organizacional contemporâneo**: um paradigma de interação comunicacional dialógica. 2002. 177f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MOL, Vanessa Bueno. Processos interativos da organização com a sociedade nas redes sociais digitais: o sistema de resposta social no caso Pelemania. In: GONÇALVES, Fernando; FILHO, Antonio Luiz de Medina (Orgs.). **Comunicação, organizações e cultura digital**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2015.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas/ SP: Pontes Editores, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Tradução de Eni P. Orlandi. 5. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 2. ed. SP: Editora da Unicamp, 1995.

Prefeitura Municipal de Mariana. Apresenta informações, notícias e documentos do Poder Executivo Municipal de Mariana. Disponível em: <<http://www.pmmariana.com.br/>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Tradução de João Minhoto Marques e Maria Amália Mendes. Lisboa – Portugal, 1992.

RAMOS, Juliana Aparecida. A contribuição da teoria da complexidade para o diálogo na comunicação organizacional. In: BUENO, Wilson da Costa. (Org.). **Comunicação empresarial: tendências e perspectivas**. São Paulo: All Print Editora, 2012.

RASSI, Amanda Pontes. Do acontecimento histórico ao acontecimento discursivo: uma análise da “Marcha das vadias”. In: **Rev. Hist. UEG**, Goiânia, v. 1, n. 1, p. 43-63, jan./jun. 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel *et. al.* **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

ROCHA, Priscilla. Os filhos da Mineração: Histórias das mulheres de Antônio Pereira abandonadas grávidas. In: **Jornal Lampião**, 23. ed., jul. 2016. Disponível em: <[https://issuu.com/jornallampiao/docs/final\\_lampiao\\_ed23\\_06.07](https://issuu.com/jornallampiao/docs/final_lampiao_ed23_06.07)>. Acesso em: 17 out. 2016.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Livros LabCom Books, 2014. p. 25-52.

SAMARCO. *Fanpage* da Samarco. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/?fref=ts>>. Acesso em: 6 jan. 2016.

SAMARCO. Um ano do rompimento de Fundão. 2016. (Livro-documento). Disponível em: <[http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco\\_final\\_baixa.pdf](http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco_final_baixa.pdf)>. Acesso em: 2 mar. 2017.

Samarco. Apresenta a empresa Samarco. Disponível em: <<http://www.samarco.com.br/>>. Acesso em: 6 jan. 2016.

SANTAELLA, Lucia. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. In: **Matrizes**, n. 1, out. 2007.

SCHWAAB, Reges. **Uma ecologia do jornalismo: o valor do verde no saber dizer das revistas da Abril**. 2011. 214f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Contra tendências paradigmáticas da Comunicação Organizacional contemporânea no Brasil. In: **Dialogos de la comunicación** - Revista Acadêmica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, n. 85, out./dez. 2012.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Comunicação Organizacional: certezas e incertezas. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (Org.). **O Dialogo Possível**. Comunicação Organizacional e Paradigma da Complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade *et al.* **Contribuições para uma compreensão complexa da comunicação no contexto das organizações**. In: Anais do Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, UFRJ, 2015.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (Org.). **O Dialogo Possível**. Comunicação Organizacional e Paradigma da Complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SILVA, Cassia A. Lopes da; WANDER, Diego. Reflexões sobre a presença e atuação das organizações nas mídias sociais: estratégias, públicos e interesses. In: MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Orgs.). **Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas/UFMG, 2015.

SILVA, Laís Garcia da *et al.* *A Fan Page* como estratégia de visibilidade e interação: o caso da Secretaria de Saúde de Goiânia. In: **Anais do Intercom** - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XX Prêmio Expocom 2013 - Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação. Manaus, UFAM, 2013.

SILVA, Silmara Cristina Dela. **O acontecimento discursivo da televisão no Brasil: a imprensa na constituição da TV como grande mídia**. 2008. 225f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

SILVA, Soeli Maria Schreiber da. O acontecimento discursivo como gesto de interpretação: o polonês no Paraná. In: **Anais do V SEAD** - Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Porto Alegre: Instituto Letras UFRGS, 2011.

SILVEIRA, Juliana. O visível e o invisível no funcionamento discursivo do Twitter. In: **Anais do V SEAD** - Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Porto Alegre: Instituto Letras UFRGS, 2011.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: a Critical History of Social Media**. New York: Oxford University Press, 2013. E-book.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Circulação e Recirculação de Narrativas do Acontecimento no Jornalismo em Rede: A Copa de Mundo de 2014 no Twitter**. 2014. 217f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2014.

ZAGO, Gabriela da Silva. Circulação e Recirculação no jornalismo em rede: o exoesqueleto na abertura da Copa de 2014. In: **Leituras do Jornalismo**, ano 3, v. 1, n. 5, p. 75-91, jan./jun. 2016.

ZAGO, Gabriela da Silva; BASTOS, Marco Toledo. Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. In: **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 1, p. 116-133, 2013.

## APÊNDICE 1

### Transcrição da entrevista com a responsável pelo gerenciamento da *fanpage* da Samarco, Fernanda de Lima Ferreira

**Data:** 6 de fevereiro de 2017 (segunda-feira).

**Local:** Escritório da Samarco, em Belo Horizonte - MG.

#### **Dados do entrevistado:**

- **Nome:** Fernanda de Lima Ferreira

- **Idade:** 41 anos.

- **Formação:**

#### **Graduação:**

Comunicação Social – Jornalismo (UFMG, 1998)

#### **Pós-graduação *lato sensu*:**

Jornalismo e práticas contemporâneas (UniBH, 2003)

Curso Internacional de Comunicação Empresarial (Aberje, em parceria com a Syracuse University (NY), 2012)

- **Tempo de atuação na área de Comunicação Organizacional:** A jornalista atua na área de Comunicação Organizacional há 19 anos e foi, por sete anos, gerente de comunicação da mineradora Anglo American.

- **Tempo de trabalho na Samarco:** A jornalista iniciou suas atividades na Samarco no dia 9 de novembro de 2015 e atualmente é responsável pela área de Mídias Digitais.

- **Funções desenvolvidas no cargo:** A jornalista é responsável por todos os processos de comunicação digital da Samarco desenvolvidos no *site* e nas mídias sociais. Atualmente, a mineradora possui perfis ativos no *Facebook* e *Youtube* (que está fechado para comentários).

**Dayana:** Fernanda, gostaria que você falasse um pouquinho sobre a estrutura da equipe de Comunicação da empresa, número de profissionais, os locais onde eles atuam, porque eu sei que vocês têm este trabalho de ir onde está a sede da Samarco e como as áreas da Comunicação são organizadas.

**Fernanda:** Então, hoje, 6 de fevereiro, a estrutura da Comunicação funciona da seguinte forma: a gente tem uma gerente geral, que é a Rosângela Coelho, ela é responsável por Comunicação e relações governamentais. Então ela tem um braço de Comunicação e um braço de um relacionamento mais institucional com os poderes executivo e judiciário, dando

suporte, judiciário não, desculpa, com os poderes executivo e legislativo nos âmbitos de Minas, Espírito Santo e nacional. Toda a estratégia é desenvolvida dentro dessa área, sempre em parceria com a diretoria. Mas dentro da Comunicação, especificamente, existe uma gerência de Comunicação com comunicação interna e comunidades. Então tem uma gerente, que é a Fernanda Valente, ela cuida desses processos de Comunicação com as comunidades no entorno e as comunidades, hoje, com as quais a Samarco se relaciona, isso é importante dizer. O relacionamento, hoje, com as comunidades que foram diretamente impactadas pelo rompimento está sendo desenvolvido pela equipe de Comunicação da Fundação Renova. Isso é muito importante de ser dito. A Fundação Renova iniciou a operação dela a partir de agosto e de agosto a dezembro a gente passou por um processo de transição. Hoje, quem se comunica com as comunidades de Bento Rodrigues, Paracatu de Baixo, os municípios impactados do Rio Doce, é a equipe de Comunicação da Fundação Renova. Lá eles têm uma equipe robusta de profissionais de Comunicação que estão em campo e tal. A Samarco, hoje, tem um relacionamento com as comunidades onde ela possui operações, no entorno ali da unidade Germano – Mariana, Ouro Preto, Catas Alta, Santa Bárbara – e as comunidades do Espírito Santo – Anchieta, Ubu, Guarapari, aqueles municípios ali - e agora também está se pensando em retomar a comunicação com a comunidade em torno do mineroduto.

**Dayana:** E é essa gerência de comunicação interna e comunidades?

**Fernanda:** Ela que cuida dos dois públicos, empregados e comunidades. O que a gente discute muito aqui hoje é que não tem muita fronteira entre o que é interno e o que é externo. Então, por exemplo, a gente solta uma pílula de *Whatsapp* para os empregados, que é uma ferramenta que a gente tem, daqui a pouco essa pílula está na rádio de Ouro Preto e eles ligam para a assessoria de imprensa. E alguém divulga no *Facebook*. A gente faz essa divisão apenas por uma questão de organização, mas as líderes de cada processo, a gente tem que estar o tempo inteiro integrado, o que uma está fazendo a outra tem que saber. Então tem ela, a Fernanda Valente, tem a Ana Heineck, que é a coordenadora de relacionamento com a imprensa, e aí, debaixo dela, tem dois empregados da Samarco - dois profissionais, dois assessores de imprensa - e mais quatro que ficam...do fornecedor da agência de assessoria de imprensa, que fica ‘em company’. Esse é o relacionamento com a imprensa. Na área digital, sou somente eu.

**Fernanda:** Quando houve o rompimento da barragem, a Elen era da minha equipe, mas depois a gente teve que reestruturar.

**Dayana:** E a Elen, qual era a função dela?

**Fernanda:** Ela era técnica em Comunicação e fazia o trabalho braçal mesmo, checar publicação de *post*, verificar se a agência na época estava respondendo, se o SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) estava adequado...sabe essa coisa do dia a dia, de acompanhar? “Ah, para esse *post* aqui a gente precisa de uma foto”, ela ia atrás da foto, entendeu? Ela fazia um suporte com a agência. Mas eu acho que de junho pra cá sou eu e eu. Maio pra cá, junho, sei lá. Mas possivelmente eu vou ganhar ‘gente’, porque não tem condição. Mas eu tenho o suporte dos fornecedores. Até ontem eu tinha uma agência que me dava suporte em mídias sociais e nessa agência eu tinha planejamento, atendimento, a equipe que produzia conteúdo, vídeo...

**Dayana:** Foto?

**Fernanda:** Foto não. Foto a gente tem um outro fornecedor, mas a gente também vai mudar isso, e tinha a equipe do diálogo. E por outro lado a gente tem outra agência que cuida do *site*. A partir de...agora meados de fevereiro, a gente fez uma nova concorrência e juntou todas as atividades de Comunicação digital em um único fornecedor. Então a gente tem uma agência única para fazer o trabalho, hoje, de mídias sociais, de *site*. De tudo o que é Comunicação digital eu vou ter um fornecedor. Eles começaram a trabalhar hoje, efetivamente. O que falta para eles pegarem o *site*: a gente acabar os testes e a agência atual entregar o *site* para eles efetivamente entrarem, entendeu? Por isso estou falando em meados de fevereiro que eles vão pegar tudo. Mas, hoje, eles já estão cuidando. Hoje, efetivamente, é o primeiro dia deles.

**Dayana:** Fernanda, você citou a Fundação Renova. Qual é a função da Fundação, a relação dela com a Samarco?

**Fernanda:** Quando aconteceu o rompimento da barragem, começaram a...várias instâncias dos governos, Minas, Espírito Santo, governo federal, cada um pedia uma coisa e cada um dava uma multa. Aí, um juiz mandava fazer uma coisa, outro juiz dava uma outra determinação pra fazer, pra desfazer o que o outro tinha mandado. Então, pra acabar com essas questões todas, foi feito um Termo de Transação de Ajustamento de Conduta (TTAC). Isso tem no *site* da Fundação Renova, isso tem no *site* da Samarco, tem conteúdo sobre isso que você pode pegar, tá?

**Dayana:** Sim.

**Fernanda:** Esse Termo de Transação de Ajustamento de Conduta, o que é: um acordo que foi feito entre Samarco, as acionistas (Vale e BHP) com os governos federal, os governos de Minas e os governos do Espírito Santo. Esse Termo tem 41 programas. O que ele estabelece: a forma como será feita a remediação e a reparação dos impactos provocados pelo rompimento da barragem. Então tem os programas lá ambientais, vou dar um exemplo:

controle da água do Rio Doce, tem vários pontos de monitoramento para ver como que está a qualidade dessa água; retirada, gestão dos rejeitos que estão nos cursos d'água, fizeram um estudo, o programa prevê um estudo para ver o que provoca menos impacto: deixar o rejeito no leito do rio ou tirar o rejeito do leito do rio? Então são programas ambientais. Tem os programas socioeconômicos, que são relativos à comunidade. Reconstrução de Bento Rodrigues, do novo local onde será recebida a comunidade de Bento Rodrigues. Reconstrução do novo local que irá receber a comunidade de Paracatu de Baixo. Então isso tudo está nesse documento.

**Dayana:** Onde eu posso encontrar esse documento?

**Fernanda:** Esse documento você pode encontrar no *site* da Samarco. Ele está lá. Você vai ver “Entenda o rompimento da barragem”, e lá descreve o que é o rompimento e no final tem os textinhos... Tem também um *book* digital <sup>256</sup>que está no *site*...eu vou até te dar ele impresso. Quando completou um ano do rompimento da barragem, a gente falou: “Gente, a gente tem que ter um documento que explica de forma mais palatável possível o que foi o rompimento, os impactos dele e tal. Então a gente fez esse *book*, você pode levar. Voltando à Fundação. Esse Termo de Transação e Ajustamento de Conduta previa a criação de uma Fundação para fazer a gestão desses programas, de todos os programas de recuperação e remediação ambiental. Foi criada a Fundação Renova, é uma Fundação que é independente da Samarco, independente da Vale, independente da BHP. Isso ficou muito explícito. Nasceu a partir do evento do rompimento, tinha uma necessidade de estar ali com a Samarco para pegar informações, mas ela tem as suas ações independentes. Tanto que quando ela começou a sua atuação, a gente, hoje, tem menos conhecimento das ações de reparação, porque eles é que estão cuidando disso. O foco da Samarco hoje é outro, é a retomada, é o licenciamento da cava, é outra coisa. Essa Fundação recebeu aportes da Samarco, financeiros, e está funcionando de forma independente. Lá existe uma equipe de Comunicação e lá eles têm um trabalho também muito legal de mídias digitais. Entra no *site*: [fundacaorenova.org.br](http://fundacaorenova.org.br). Eu que botei esse *site* no ar. Depois que eu entreguei para eles a primeira fase e agora eles entregaram o *site* todo. O *site* está muito bonito. Esse *site* presta conta de tudo o que está sendo feito em termos de remediação dos impactos socioeconômicos e socioambientais.

**Dayana:** E quem gerencia essa Fundação, quem faz parte? São representantes das áreas atingidas?

---

<sup>256</sup> Disponível em: [http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco\\_final\\_baixa.pdf](http://www.samarco.com/wp-content/uploads/2016/12/Book-Samarco_final_baixa.pdf)  
Acesso em: 1 mar. 2017.

**Fernanda:** Essa Fundação tem um comitê que é formado pela sociedade civil, mas ela tem o presidente, que é o Roberto Waack. O Roberto Waack é um cara que tem uma larga experiência com ONG's. Ele foi líder da WWF, ele tem um relacionamento muito grande com as ONG's. É um cara que não veio de mineração, ele veio de movimentos de organizações não governamentais. Ele é o presidente. E tem outros dois diretores abaixo dele e existe um Conselho. Se você for ao *site* da Fundação, lá está explicitado tudo direitinho, quem que é o Conselho, quem faz parte, porque aí a sociedade civil faz parte desse Conselho.

**Dayana:** Ok. No que se refere à estrutura de comunicação da Samarco, existem outras áreas além daquelas que você já citou?

**Fernanda:** A gente também faz um trabalho hoje que é esta questão que a gente vai reestruturar, que tem um público institucional. A gente dá muito suporte para a equipe de relacionamento governamental. Tem que produzir material, tem que produzir apresentação. Isso aí está meio sem dono, quem pode pega e faz. Por exemplo, esse *book* eu que fiz, porque o que a gente foi fazendo: além de ter esta estrutura de processos e públicos, a área é também dividida por projetos. Por exemplo, o projeto de um ano do rompimento da barragem, que inclui o *book*, eu peguei.

**Dayana:** Não necessariamente o projeto está ali fechado só na questão da mídia digital...

**Fernanda:** Não...aí eu abri ele todo, por exemplo, eu era líder do projeto de Comunicação de um ano. Eu conversava com a pessoa de imprensa para ela me passar o planejamento dela. Com o pessoal de interno pra passar, com o pessoal de institucional para eles me passarem, entendeu? Hoje tem um profissional que está focado para o planejamento, esteve na cava, no licenciamento da cava de Alegria Sul. Aí, organiza as audiências públicas e tal, entra em contato comigo. A estrutura é meio transversal, você tem os processos e tem os projetos. Isso como funciona hoje, Dayana, porque a gente vai fazer um planejamento. E esse é outro aprendizado da crise. A estrutura foi mudando à medida que a realidade muda, à medida que a crise muda, muda o foco, muda as coisas. Agora a gente precisa disso, agora a gente precisa daquilo. Então a gente vai ganhando uma flexibilidade que é necessária para o momento da crise. Planejamento a gente fazia de mês em mês, depois a gente passou para trimestral, só que no meio do caminho as coisas mudavam e aí você tem que refazer o planejamento. No momento da crise, estou falando da Comunicação como um todo, o planejamento era feito, mas a realidade se sobrepunha.

**Dayana:** Você me contou da estrutura atual, que tem a parte interna, comunidade, institucional, mídias sociais e...

**Fernanda:** Mídias digitais, como a gente chama, empregados e comunidades.

**Dayana:** Isso. E você sabe me dizer como era antes do rompimento essa estrutura?

**Fernanda:** Nossa, antes do rompimento era completamente diferente, a equipe era menor. Eu não sei te dizer em detalhes, mas antes do rompimento era uma equipe...ah, eu não falei das meninas de campo. Era uma equipe dimensionada para uma empresa que estava em operação, entendeu? Por exemplo, assessoria, relacionamento com a imprensa era uma das atividades de um analista de comunicação sênior que desenvolvia outras atividades. Com o rompimento da barragem, destacou-se uma pessoa e fala: “Você vai ficar por conta”. E ela não deu conta e foi contratando e contratando e contratando. A agência também não estava dimensionada para isso. Então tudo teve que ser redimensionado.

**Dayana:** A agência também mudou?

**Fernanda:** Mudou, mudou tudo.

**Dayana:** Você falou que ainda tem mais uma área...

**Fernanda:** Ah, tem uma área importante que é a reputação também. Hoje a gente sabe que a empresa tinha, a Samarco fazia uma pesquisa no Instituto de Reputação e a Samarco tinha uma das notas mais altas no setor de mineração, ela era referência de reputação. Se eu não me engano, era 67, 64%, eu tenho que checar esse número. Caiu para 17. E aí a gente ficou até espantado, “olha, ainda tem?”, porque a gente pensou que ia chegar a zero. E foi feita uma pesquisa em fevereiro com a Vox Populi e a gente percebeu que a reputação ainda existe, por incrível que pareça, nas áreas onde a Samarco tem operação. Então, no Espírito Santo, ali, ao redor de Ubu e em Germano, Mariana, a reputação é melhor que em Belo Horizonte. Mariana foi diretamente impactada. Por quê? Qual foi a nossa conclusão: com quem a Samarco se relacionava. E a Samarco sempre fez isso muito bem. Só que o espectro dela era esse, esse era o universo dela antes do rompimento. Quando ocorreu o rompimento da barragem, o Brasil inteiro, o mundo inteiro conheceu a Samarco. E conheceu a Samarco da pior forma.

**Dayana:** Se a gente pensar em questões mensuráveis dessa mudança da estrutura de equipe antes e após a ruptura, você tem alguns dados, por exemplo, em relação ao número de funcionários, contrato com a agência, que demonstram essa mudança?

**Fernanda:** Ah, tem. Por exemplo, pessoas novas que vieram depois do rompimento. Eu, Fernanda, Leandra, Marconi, Daniela, cinco pessoas numa equipe que tinha uma outra dimensão. Eu não sei quantos eram antes, mas a equipe foi aumentada e os profissionais que entraram não eram profissionais recém-formados, eram profissionais que tinham experiência. Por exemplo, o Marconi Andrade, que é um dos assessores de imprensa, o cara teve 12 anos na Vale como assessor de imprensa em Minas Gerais. Ele sabe o que está fazendo. É uma experiência. Eu tenho 18 anos de experiência em Comunicação Empresarial. A Fernanda

trabalhou 10, 11 anos na Usiminas. A gente foi ao mercado, a Samarco foi ao mercado buscar gente que tinha condições e os doidos que queriam, porque nem todo mundo quis vir.

**Dayana:** Fernanda, você falou que foram várias mudanças. Atualmente, vocês têm algum tipo de regimento, um manual ou qualquer outro documento que defina a política de comunicação da Samarco ou ainda vocês não tiveram tempo?

**Fernanda:** Não, a gente fez. No meio dessa confusão toda, porque também tem uma questão. Quando a barragem se rompeu, a Juliana Machado era gerente geral de Comunicação. Ela estava com oito meses de gravidez quando a barragem se rompeu. Você imagina a pessoa de barrigão trabalhando aqui dez, onze, meia-noite. Aquilo me dava uma agonia, eu ficava “gente, esse menino vai nascer aqui”, porque a gente só tinha hora para chegar, não tinha hora para sair. E aí, quando ela saiu de licença maternidade, eles foram ao mercado e trouxeram a Rosângela Coelho, que está aí até hoje. A Juliana foi para a Fundação (Renova). E a Rosângela é uma profissional muito processual. Ela gosta de ver as coisas como processos, desenhadas, muito bem estabelecidas, o que é bom, porque você tem uma área estruturada minimamente, mesmo dentro do caos é preciso ter estrutura. Ela fez um trabalho, a gente fez um trabalho de desenhar os processos de Comunicação e minimamente colocar isso no papel. Tivemos uma consultoria que nos ajudou a fazer isso. Isso foi a partir do segundo semestre do ano passado. O tempo aqui também é diferente. Parece que você está aqui um dia, parece que é uma semana, porque é muito intenso.

**Dayana:** Entendi. Então houve o desenvolvimento dessa política de comunicação para a empresa?

**Fernanda:** Não é uma política. São processos que foram desenhados. Existiu uma política, mas agora a gente tem que revisita-la. O que a gente conversa muito aqui é que existe uma nova empresa. A Samarco não é a mesma Samarco de 4 de novembro de 2015, virou outra empresa.

**Dayana:** Sua observação se relaciona com a próxima pergunta que eu vou fazer: É claro que é uma pergunta muito ampla mas, na sua visão, existe essa imagem da Samarco anterior à ruptura e o que você acha que mudou, o que você acha que essa ruptura trouxe de mais impacto para a imagem da Samarco?

**Fernanda:** Bom, são várias coisas. Primeiro que a empresa antes tinha um relacionamento e uma reputação em um ambiente muito menor, com uma área delimitada muito menor. E ela sempre fez isso muito bem, tanto que ela tem vários prêmios. Então, onde ela estava presente, onde era importante para ela, ela fazia bem esse relacionamento. De repente, como eu te disse, o mundo inteiro ficou sabendo quem era a Samarco. Quem é hoje a Samarco? Quando eu falo

que eu trabalho na Samarco, às vezes as pessoas me olham com cara de dó, olhar de dó, ou com indignação, “você trabalha na Samarco?”. Hoje ela é a empresa do rompimento da barragem, é a empresa que destruiu a bacia do Rio Doce, é a empresa que matou 19 pessoas. Essa é a imagem que a Samarco tem. E a Rosângela fala uma coisa, que eu concordo muito, que não tem como trabalhar reputação. A empresa, antes, tem que resgatar a confiança dos públicos. Pensar em reputação, isso é depois. Reputação é depois. Vamos resgatar a confiança das pessoas, vamos trabalhar, vamos fazer com que essa empresa mostre o que ela fez até que a Fundação Renova se estabelecesse, porque as ações emergenciais foram feitas pela Samarco, de reparação e de remediação. Há uma previsão de que todo esse dano vai demorar de 10 a 15 anos para ser reparado. Tem coisa que não vai ser reparada, 19 vidas. 19 vidas não vão ser reparadas. Então, o que for possível de ser remediado ou reparado vai levar de 10 a 15 anos para ser feito. E para isso tem uma Fundação. E a Samarco emergencialmente, no ano de 2016, ela cuidou disso. Hoje, o que eu te conto, é que a imagem que se tem é de uma empresa que provocou um rompimento, que provocou mortes, que impactou comunidades. A Rosângela faz uma avaliação, quando ela chegou, e aí é uma mistura muito legal, porque pessoas novas chegaram na equipe e deram um equilíbrio para quem estava aqui antes, que vem com uma visão de fora, descontaminado. Porque quem estava aqui, era impressionante, as pessoas não acreditavam e elas falavam: “não, não é possível, não é com a Samarco”. Havia uma negação nos empregados.

**Dayana:** Na análise de discurso, a gente trata isso como a memória discursiva, que é o que já foi dito sobre determinado assunto e reverbera na sua fala. E eu cito na pesquisa essa memória discursiva de uma empresa responsável, boa para se trabalhar...

**Fernanda:** Os empregados têm orgulho de trabalhar. A Rosângela fala: “eu cheguei aqui e eu tinha uma equipe em luto, eu tinha uma empresa enlutada”. Ela falou que as pessoas trabalhavam muito com muito afinco, porque acreditam na empresa, mas estava todo mundo de luto. Porque a crença, os valores que sempre acreditavam tinham morrido, uma barragem tinha rompido. Uma reflexão que eu, Fernanda, profissional de Comunicação, faço: o rompimento da barragem é uma metáfora de um rompimento de valores de uma empresa, de cultura empresarial, de todo um discurso que foi feito e que hoje não é mais. Então, pegando a sua análise de discurso, saindo um pouco do universo das mídias sociais, indo para o *site*, a gente vai lançar um *site* novo, o texto mais difícil que eu tive que fazer, que editar, foi sobre a Samarco. Eu demorei, eu mexi nesse texto, Dayana, cinco vezes.

**Dayana:** Compreendo.

**Fernanda:** Que empresa que é essa? Pós-rompimento de barragem. Que empresa que é essa? Uma empresa no mercado há 40 anos, produtora de pelota. Mas eu não posso ignorar que ela rompeu uma barragem, que 36.2 milhões de metros cúbicos de rejeito desceu o rio, que 19 pessoas morreram, mas que a empresa também atuou com senso de urgência, que os valores dela, que são inovação, foco em resultado, foram usados também para tentar remediar e minimizar a dor daquelas pessoas, que era muito grande. Esse foi o texto mais difícil do *site* que vai entrar no ar. Quem era a Samarco? Vinha da agência, não, gente, não é nada disso, aí, eu mesma reescrevia. Acho que agora deu. Ia. Aí, voltava, uma semana depois, não é ainda. E eu compartilhando com as meninas também. Todo mundo tinha essa dificuldade, como a gente denomina a Samarco hoje? É um discurso, é uma questão de identidade mesmo da empresa. Eu acho que não só na Samarco, está saindo dos muros da Samarco, é o próprio setor de mineração. Como é que hoje o setor de mineração se posiciona? Como ele é visto? Você acha que a imagem da Samarco ficou só com a Samarco? Lógico que não. Isso aí passou os muros da Samarco e foi para as outras empresas. Hoje, para você licenciar uma barragem, é uma das coisas mais difíceis. Eu tenho um colega de Comunicação da AngloGold Ashanti que ele fala “vocês estão me dando muito trabalho”, porque as comunidades hoje não querem nem ouvir falar de barragem. É uma reflexão que todo o setor está fazendo. Todo mundo, a galera toda liga pra gente, “e, aí, como é que vocês fizeram isso?”, “a gente queria saber isso e tal”. A Rosângela fez uma apresentação para um Fórum de Comunicadores do setor de mineração e eles não tinham ideia do que foi feito aqui, mas está tudo respingando neles. Eu não sei se eu te respondi.

**Dayana:** Muito bem. Você falou o essencial, o que eu precisava saber.

**Fernanda:** E como é que você minera hoje? Por que precisa de barragem? É uma explicação de geologia que eu acho importante você saber. Na mina de S11D<sup>257</sup> da Vale - eles fizeram uma campanha belíssima nas mídias sociais, você pode até entrar na *fanpage* deles, é sensacional, eles são muito bons. A Vale é referência em mídias sociais, a gente aprende com aquela galera. O S11D não tem barragem. Por que não tem barragem? Porque o minério é rico, não tem contaminante. O teor dele de minério é praticamente como tirar da natureza e colocar num navio. Eu estou falando a grosso modo. Por que precisa de minério, por que precisa de barragem? Porque o minério, cada vez mais, está ficando pobre. Quando você tira, o minério da Samarco tem 39% de teor de minério de ferro, você tem que tirar a areia dele, você tem que tirar o que se chama em mineração de contaminantes. Mas o que é: não é o que

---

<sup>257</sup> Localizado no município de Canaã dos Carajás, no sudeste do Pará, o S11D é o maior complexo minerador da história da Vale. Disponível em: <http://www.vale.com/hotsite/PT/Paginas/Home.aspx> Acesso em: 28 fev. 2017.

contamina o meio ambiente, mas o que contamina o produto, o minério. Então, tem todo um processo de beneficiar o minério que gera o rejeito. Quanto mais pobre o minério, mais barragem de rejeito tem que construir. Mas será que é preciso ter barragem como hoje é? Será que o rejeito não pode ser um subproduto e ir para a construção civil? São outras discussões que a sociedade precisa se apoderar.

**Dayana:** Na Ufop, no Departamento de Engenharia Civil, tem um professor que trabalha com o reaproveitamento do rejeito em construção civil.

**Fernanda:** Isso. Tem muitos estudos disso. Os bloquetes que são feitos, eles têm mais durabilidade porque tem ali um fino do minério que não ficou no beneficiamento. Ele é tão fino que vai. Ele consegue uma durabilidade muito maior do que o que é feito de cimento, sei lá. Então, quando você pensa em um discurso, você tem que pensar no modo econômico da sociedade. Uma das frases mais legais que eu ouvi nesse momento todo de crise foi do Sebastião Salgado. O Sebastião Salgado virou e falou: “esse rompimento é uma consequência da sociedade que a gente é”. Ninguém gosta de mineração, ninguém gosta de ter uma mina do lado, mas todo mundo quer ter celular, isso eu estou falando, eu estou traduzindo o que ele disse. Todo mundo usa computador, usa carro, usa celular, a roupa que você usa é feita em uma máquina de aço, que é produzida a partir do minério de ferro. O prédio, a casa que você mora, tudo ali dentro tem mineração, não estou falando só do minério de ferro, de tudo. O dentista que você vai, ele usa coisas ali de ouro, de titânio... Marca-passo... O mundo não existe sem mineração. O povo fala “ah, isso é discurso”, mas não é. Prescinde da mineração para você ver o que acontece. A gente vai voltar à época das cavernas. Eu tinha um chefe que falava assim: “as coisas que estão aqui ou vem da terra ou vem da mineração”. Vem da agricultura ou vem da mineração. Simples assim. Quando você vai falar “fora, Samarco”, “assassinos”, “assassinos”, “assassinos”, que é o que aparecia nas mensagens de ódio, que é uma reflexão que a gente faz, o lugar da crítica, hoje, nesse universo digital é muito fácil. Mas a reflexão não acontece. Eles estão usando o computador para escrever “assassinos”, “assassinos”, “assassinos”, e o computador é feito de que, gente, isso é minério puro.

**Dayana:** Você falava das mensagens de ódio que apareceram na *fanpage*. Como você acha que a comunicação praticada em ambiente digital altera essa relação entre a empresa e os públicos?

**Fernanda:** Ela não altera.

**Dayana:** Você acha que não?

**Fernanda:** Olha, na nossa experiência, a gente tem relatórios semanais. Quando a gente consegue neutralizar, estar neutro, ter mais neutro no nosso gráfico de mensagens, a gente

solta foguete, porque em um ambiente de crises desses, a gente sabe que vai apanhar sempre. Ainda mais em um ambiente digital, como eu te disse, que todo mundo tem voz e que, hoje, a sociedade brasileira está com um ódio, destilando nas mídias sociais. Eu sou completamente viciada no *Facebook*, Fernanda, pessoalmente. Eu fico o dia inteiro, pela minha atividade e porque eu também gosto. Tem dia que eu passo mal e falo “chega”. Por quê? Pela contaminação do ódio, das mensagens de ódio. O que aconteceu com a morte da Dona Marisa, as mensagens de ódio e que vazam, a galera replica, esse discurso do ódio está muito impregnado. Eu não sei se em outros países está assim, mas eu sei que no Brasil está assim. O que a gente percebeu? A gente conseguiu reverter quem nos procurava e quem queria ouvir. Pessoas que vinham com crítica, faziam perguntas com crítica e a gente respondia respeitosamente, entendendo o que a pessoa estava perguntando...

**Dayana:** Você está falando dos comentários no *Facebook*...

**Fernanda:** Dos comentários no *Facebook*. E isso a partir de janeiro. Porque o que acontece, a Samarco tinha 20 dias no *Facebook* quando a barragem se rompeu. Ela ainda estava aprendendo. E quando se rompeu, o mundo todo veio para as páginas da Samarco, para a *fanpage* dela. A Vale emprestou o fornecedor dela, porque o nosso fornecedor não estava conseguindo dar conta da demanda e os caras ficaram o mês de novembro fazendo relacionamento SAC 2.0. Quando, em janeiro, a gente falou: “vamos pegar esse processo porque ele está muito confuso”, tinham mil perguntas “*inbox*” sem resposta. O que o fornecedor fez? Em um final de semana ele zerou tudo. Vamos fazer uma força tarefa e a gente zerou as mil questões “*inbox*”, e começou a estruturar. Hoje, a gente tem um *timing* de resposta de duas horas, para responder até duas horas, para responder o que chega na nossa *fanpage*. E até onze horas para solucionar. Eu acho que esse número é uma coisa pela qual a gente se orgulha, porque eu acho que é rápida. E quando as pessoas querem, e as nossas respostas são sempre, isso a partir de janeiro, são sempre um diálogo que a gente estabelece, não tem outra palavra melhor. A gente tem um *script* para cada questão? Tem sim. Mas a gente personaliza porque nem sempre a pergunta vai vir daquele jeito. Não é “*copy paste*” (copia e cola), a gente entende a questão, muitas vezes a pessoa faz pergunta que a gente ainda não tinha se atentado e a gente vai apurar internamente, “o que é isso?”, e responde.

**Dayana:** Mas antes de janeiro era essa mesma dinâmica com relação às respostas? Você está falando que tem um *script*...

**Fernanda:** Tinha o *script* que era produzido, só que, Dayana, novembro foi um período tão conturbado que as pessoas nem sabem direito o que aconteceu. As pessoas apagaram da memória de tão intenso que era. Tinha, sim, um *script*, ele era feito, dava-se uma resposta

para as pessoas, mas eu não sei te dizer com precisão. Eu acho que tinha muitas falhas. Primeiro, a Samarco era um bebê nas mídias sociais. Segundo, um acidente, um acidente não, um rompimento dessas proporções ninguém nunca viveu. Uma crise dessas no Brasil, que uma corporação viveu, eu acho que só a Odebrecht e a Petrobrás. Mas em outro âmbito. Com um impacto ambiental igual a esse não tem.

**Dayana:** Você acha que o fato de ter essa potencialidade, a participação dos públicos, você não visualiza isso como uma mudança na relação com a empresa?

**Fernanda:** Eu vejo uma mudança em quem quer ouvir. Quem quer ouvir, quem quer dialogar, quem tem dúvidas, quem critica. A Samarco, a gente não é contra críticas, a gente é contra a surdez das pessoas. Não é contra, porque o diálogo, eu estou falando aqui com você, você escuta, você replica para mim, depois eu volto. Tem gente que não quer, tem gente que quer chegar lá e só xingar. A gente tinha uma *hater*, depois ela sumiu, a gente espirrava e ela criticava, é o ativista de sofá. O pessoal das mídias sociais começou a brigar entre si na nossa página com ela. “Você só critica, veja o que a empresa está fazendo e tal”, “mas vocês estão vendidos para o sistema, essas pessoas têm que ir para a cadeia, essa empresa tem que fechar”. E eles começavam a brigar entre si até que eles criaram um perfil ‘fake’ dessa menina. Esse é um caso emblemático. Para mim o mais simbólico foi: a gente fez uma campanha de abril até julho, uma campanha digital junto com a Vale. Por quê? A percepção que se tinha é que as informações da Samarco não chegavam até as pessoas. A Samarco está fazendo muito, está fazendo muito, pessoal está urrando de trabalhar e as pessoas não sabem. Então vamos fazer uma campanha? Vamos fazer uma campanha. Três meses de vídeo semanalmente.

**Dayana:** Quando a campanha iniciou?

**Fernanda:** Foi de abril, maio, junho, acho que foi até julho. Se você for às *fanpages* da Vale e da Samarco, você vai ver. A gente fez um escalonamento de vídeos e os vídeos tinham a identidade visual Vale e Samarco. Mas era o mesmo vídeo. Mudava as corezinhas. A Samarco era azul, a Vale era verde, no final a da Vale tinha uma assinatura com a logo da Vale, o nosso não tinha a assinatura com a logo da Vale. Mas é um trabalho que a gente fez em conjunto. Por quê? Porque a gente queria que o público soubesse, uma das nossas hipóteses era: a gente era criticado porque as pessoas não conhecem. Vamos falar para o Brasil inteiro. E foi uma campanha... *Facebook*, foi um dos principais veículos da Samarco, a gente fez *link* patrocinado levando para o nosso *site*, *Outbrain* (recomendação de conteúdo) também, outras formas de mídia. A gente teve um resultado muito bom de alcance. Um alcance sensacional. A gente chegou nas pessoas, mas o número de críticas também aumentou. E o que a gente

percebeu? Que as críticas estavam fora de Minas Gerais. A maioria das críticas estava no Rio, São Paulo, Brasília. Em Minas Gerais, no Espírito Santo...

**Dayana:** Onde a Samarco atua...

**Fernanda:** Onde a Samarco atua a crítica era menor, as pessoas curtiam. Mas tinha muitos “likes”. Eu tenho um relatório aqui que é muito legal. Vou conseguir te falar números. A gente fez todo esse esforço, mas a gente percebeu que nem todo mundo estava querendo ouvir. A gente teve um alcance bom, a gente viu que os vídeos tinham tido uma boa entrada, mas nem todo mundo estava interessado em ver.

**Dayana:** Você acha, então, Fernanda, você já colocou isso em outros momentos, que a dificuldade de desenvolver ações de comunicação nessas plataformas é lidar com esses usuários que não querem ouvir, que não estão interessados em construir esse diálogo?

**Fernanda:** Eu acho que em um momento de crise essa é uma das reflexões. Vou te dar mais um dado: no primeiro ano de rompimento da barragem, a gente tinha um planejamento de chamar os influenciadores digitais, fazer um relacionamento com eles. Eu fiz contato com quem estava no *Facebook* falando de alguma forma da Samarco. Eu entrei em contato com “youtuber”, o Pirula, que falou da Samarco, eu fiz contato com o pessoal do movimento “Não esqueça Mariana”, “Rio Doce Help”, “Um minuto de sirene”, o André Trigueiro, com dois cineastas, com o pessoal do Gabriel, o Pensador e o grupo Fala Mansa, que fizeram “Cacimba de mágoa”, música muito boa, por sinal. Para todos a gente fez um convite, e para o “Somos todos Samarco” e “Justiça sim desemprego não”. A gente chamou todo mundo, independentemente da profissão, que era contra e que era a favor, porque a empresa entendeu que tem que ser transparente, tem que mostrar as ações. Tem que mostrar o impacto que provocou. Você vai ver nesse *book* que a gente fala dos impactos. Como você vai construir, resgatar a confiança se você nega o que provocou? Não tem jeito. Você vai resgatar a confiança admitindo a sua responsabilidade. Então, eu fiz contato pessoalmente com esse pessoal convidando para ir à área das barragens, para ver onde a barragem se rompeu, para ver o impacto dentro da Samarco, para ir a Bento Rodrigues, para ir a Barra Longa. Tinha também um roteiro para ir até (a usina de) Candonga (que recebeu rejeitos gerados pela ruptura da barragem de Fundão). Qual era a intenção dessa visita? Eu quero mostrar para vocês os impactos todos, mas eu quero mostrar também as ações que a Samarco está fazendo. A empresa não está de braços cruzados, porque para a grande imprensa parece que a empresa não fez nada. Aí, vem a questão do discurso e eu fico muito triste, como jornalista, a cobertura dos fatos, hoje, na imprensa brasileira não reflete. Eu vejo isso na cobertura política, não estou falando da Samarco, vejo isso na cobertura econômica e eu vi isso também na cobertura da

Samarco, com raríssimas exceções. Convidei todas essas pessoas, algumas foram mais simpáticas, outras menos simpáticas, outras me xingaram, outras enrolaram, mas o fato é que de todos esses grupos apenas o “Somos todos Samarco” foi visitar. O “Justiça sim desemprego não” não foi por questões pessoais, a Poliana não tinha com quem deixar a filha dela. Ah, tinha um outro movimento também, “Em defesa dos territórios da mineração”. A gente convidou esse pessoal, eles postaram na página deles, “fomos convidados pela Samarco, envie suas perguntas”. No final do dia eu recebi um email: “temos contatos com alguns movimentos e eles não acham que devemos ir”, então estamos declinando o convite. O lugar da crítica é muito fácil, porque é confortável. Eu ia mostrar um outro ponto de vista que é obrigatório para a imprensa, teoricamente, nos manuais, quando você estuda, em Jornalismo, tem que ter um equilíbrio. Mostrar um lado, mostrar todos os lados. Nas mídias sociais isso não é um compromisso e nem deveria ser. As pessoas não querem ouvir. Essa foi uma reflexão que eu, Fernanda, cheguei. Quando a gente publica coisas que a Samarco está fazendo, a gente ganha muito “vomitação”, é muito “vomitação”. A gente chegou a uma conclusão, estamos fazendo uma reflexão, será que a gente tem que falar isso para todo mundo? Será que a gente tem que impulsionar para o nacional as ações que a Samarco está falando? Ou a gente tem que fazer um *post* orgânico, quem é fã da página vai lá, e mesmo assim tem “vomitação”. Por que não falamos o assunto para quem realmente quer saber? E essa foi uma estratégia que a gente usou para as audiências públicas que aconteceram em Mariana e Ouro Preto no final do ano passado. A gente fez *posts* georeferenciados (que levam em consideração a localização dos usuários) para aquele público, para convidá-lo a participar das audiências públicas. O que a empresa quer: que a sociedade que esteja diretamente interessada naquilo participe. A gente mandou para esse quatro lugares e tivemos excelentes resultados. A gente teve diálogo, teve crítica. Não somos contra críticas, a questão é a forma como ela está sendo feita hoje nas mídias sociais. Eu acho, Dayana, e agora falando do discurso de uma maneira mais geral, saindo da Samarco, isso é uma crise, é esperado que a gente tenha críticas, que a gente tenha questões assim, mas eu acho que as pessoas não querem ouvir, principalmente no ambiente digital. Umberto Eco fala que hoje se deu voz aos idiotas, algo assim que ele fala sobre as mídias sociais. Outro dia eu vi uma matéria, nas próprias redes sociais, falando de *sites*, *fake* de notícias, e que tem um número enorme de compartilhamento dessas notícias falsas. Não há um compromisso nas mídias sociais com a veracidade das questões, fazendo uma análise comparativa com o Jornalismo. Não tem que ter mesmo, não é Jornalismo, é uma outra forma de se comunicar. Mas eu acho que não tem filtro, não tem ética, falando de uma maneira geral.

**Dayana:** Importante ter essas reflexões sobre o ambiente comunicacional. Fernanda, a partir de agora vou trazer questões mais específicas sobre a *fanpage*. É importante a gente pensar no recorte temporal da pesquisa (5 de novembro de 2015 a 5 de dezembro de 2015) e atualmente, se as práticas se mantêm ou se houve alguma mudança. Vamos lá: a empresa criou a *fanpage* apenas em outubro e em novembro acontece a ruptura. Por que a Samarco julgou que aquele momento era oportuno para a criação da *fanpage*?

**Fernanda:** Eu não consigo te dar essa resposta, porque eu não estava aqui na época. Eu precisava da ajuda Verônica, que não está na mesa dela.

**Dayana:** Entendi, qualquer coisa a gente retoma. Outra pergunta que eu coloco: como vocês trabalham as questões dos valores da empresa, a missão, a visão, na *fanpage*? Naquele primeiro mês houve algum modo de trabalhar isso, mesmo que em um momento de crise. Atualmente vocês têm essa preocupação?

**Fernanda:** No primeiro mês as coisas não estavam muito estruturadas, era apagar fogo de minuto a minuto. Como funcionava o dia a dia naquela época: tinha uma reunião de pauta diariamente, ficava toda a equipe de Comunicação, incluindo a gerente, todos os fornecedores, no que a gente chama de mesão. Ficavam uns 40 profissionais em uma mesa gigante trabalhando *site*, assessoria de imprensa, campanha, etc. Você tem que fazer uma campanha para informar que vai distribuir água em Colatina, os pontos de distribuição de água – isso é por meio de campanha. A agência de publicidade estava lá para pegar a notícia, porque não dava tempo de eu pegar o telefone e falar “agência, vem cá, eu preciso fazer uma campanha e eu preciso te “brifar” (do inglês, *briefing*: na publicidade, refere-se ao repasse de informações sobre a campanha para que a agência possa desenvolver o trabalho). Não dá tempo. Ficava todo mundo nesse mesão, eram umas 40 pessoas, sem brincadeira. Tinha uma agência de conteúdo, uma agência de publicidade, outra agência que mexia com as mídias sociais e com *site*.

**Dayana:** Três agências diferentes, então?

**Fernanda:** E tinha a agência de assessoria de imprensa. Eram quatro agências. E mais a gente, os profissionais de Comunicação. Eu que coordenava essa reunião. Eu chegava: então, gente, o que aconteceu, ontem o que deu, o que saiu na imprensa, o que vocês acham que vai repercutir hoje; ah, hoje vai continuar o caminho da lama, hoje vai chegar na cidade de Resplendor, temos que pesquisar o que estamos fazendo, se foi uma equipe nossa antes. Era a pauta do dia. Funcionava como se fosse uma grande redação e cada um com os seus processos. E a gente produzia nota como quem produzia pão. Eu cuidava do *site* e ficava assim: conteúdo, *site* e mídias sociais. Saia uma nota tal, Fernanda, edita. Aprovei. Aprova

com o jurídico, aprova com o acionista e manda. A gente produzia umas dez notinhas por dia. No final do dia tinha essa necessidade. No meio do dia: gente, isso aqui já foi, isso aqui andou, surgiu outra coisa nova? Gente, vai ter uma audiência hoje do Ministério Público que vai tratar do assunto tal, alguém vai lá cobrir? Então vamos botar isso na pauta. Final do dia: gente, isso aqui foi, isso não foi, isso aqui não vai ser hoje, joga para amanhã. A reunião de pauta era assim estruturada. E mídias sociais estava ali também. O pessoal de mídias sociais começou a trazer relatórios semanais, “gente, isso aqui teve grande impacto, essa notícia aqui teve muito *“haters”*, isso aqui teve muita crítica, os principais assuntos foram distribuição de água, cartão de auxílio financeiro”. Era uma reunião de pauta diária. Depois a gente passou essa reunião para semanal.

**Dayana:** Você lembra quando ela passou para semanal?

**Fernanda:** Eu estou chutando, mas acho que foi março, abril. Até então era diária.

**Dayana:** Pelo o que você falou, nesse momento não havia uma reflexão aprofundada sobre o modo como essas questões eram trabalhadas.

**Fernanda:** Não. No momento agudo da crise era: o que está saindo, o que repercutiu, que informação a gente vai passar para a sociedade. Era apagar o incêndio, não tinha jeito. Aconteceu isso, aconteceu aquilo. Nesse mês de novembro e dezembro foi essa “punkêra”, até janeiro, mais ou menos. Depois as coisas começaram a diminuir. Não se tinha um planejamento claro, a gente sabia, tinha algumas reflexões, tipo: a gente está em uma guerra de imagens. Aquela imagem do carro pendurado em Bento Rodrigues é a imagem icônica do rompimento. E como a gente estava retratando isso no nosso *site*, nos nossos anúncios? Com um balãozinho “Samarco esclarece”, “Samarco informa”. Gente, cadê imagem? Cadê imagem das pessoas nas casas delas, cadê a imagem da estruturação das estações de tratamento de água?

**Dayana:** Isso foi uma coisa que vocês foram percebendo...

**Fernanda:** E aí os consultores, diversos consultores falaram “gente, temos que produzir imagens”. Você consegue perceber isso muito fortemente nas mídias sociais, a gente começou a botar foto, produzir vídeo. Tem que produzir vídeo, tem que produzir foto.

**Dayana:** Uma observação que faço, apesar de analisar em profundidade algumas postagens, eu falo de modo geral sobre as postagens da Samarco no recorte temporal da pesquisa. E eu faço um comentário sobre essa questão das imagens. Vocês começaram com aquela imagem padrão e depois começaram a produzir...

**Fernanda:** Pelo amor de deus, gente. A Samarco está fazendo muita coisa, tem muita ação. Mês de novembro e dezembro tendo que mostrar o que a gente estava fazendo. A gente não

conseguia. Em dezembro a gente fez uma primeira campanha de trinta dias, 5 de dezembro, de prestação de contas. Essa campanha de prestação de contas o que era: números. Não sei quantas pessoas atendidas, não sei quantos litros de água distribuídos, não sei quantas cercas reconstruídas, não sei quantas pontes, sete pontes, foram reconstruídas. Mas nós apanhamos. Por quê? Você está mostrando números, é frio. Você impactou pessoas, você impactou o meio ambiente. Quando a gente foi tentar mostrar as pessoas, apanhamos.

**Dayana:** Mas vocês apanharam por quê? Porque eles achavam que tinha que preservar essas pessoas?

**Fernanda:** Não. Essa foi a campanha de 90 dias, soltamos ela no carnaval. Compramos um horário no Jornal Nacional e no Fantástico. Eram depoimentos que a gente tinha pegado dos empregados. O que era, como foi aquilo? A gente fez registros dos empregados, registros das pessoas. Tem que ter o registro disso, dessas pessoas, era uma analista de RH e hoje está aqui escolhendo a casa, dando suporte para os atingidos, montando casa para ele, comprando móvel para ele. Nós chamamos a agência e fizemos o registro dessas pessoas. Estamos com o material bruto, vamos fazer uma campanha disso? Fomos até os empregados: a gente pode usar o seu depoimento, você concorda, você sabe que pode receber crítica, você pode sofrer, como aconteceu com muitos deles? Não, mas eu acredito, vamos lá, eu quero participar da campanha. A gente sofreu um processo no Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), as pessoas estavam dizendo que aquelas pessoas eram compradas, não eram verdadeiras, era todo mundo ator, que os números não eram aqueles, não eram verdadeiros. A gente teve que responder no Conar. De novo: as pessoas não querem ouvir. A sociedade brasileira condena sem antes saber. Não que a empresa não seja responsável. Depois a empresa apresentou para a imprensa e para a sociedade as causas do rompimento, que foi de responsabilidade. Teve um processo de liquefação do rejeito, houve problemas desde o processo construtivo da barragem, ela foi construída com problemas. E a empresa mostrou isso para a sociedade, mas até que chegasse, que falasse isso... E a ânsia das pessoas é por justiça. Eu não sei se é esse momento do Brasil que a gente vê tanta impunidade, tanta corrupção, o que dá para as pessoas um sentimento de impunidade, de justiça que permeia tudo. O que a gente ouvia muito na nossa *fanpage*: “já prenderam os diretores?”, “tem que prender as pessoas”. E a investigação rolando ainda. Mas por que eu cheguei nisso?

**Dayana:** Você estava falando sobre a campanha...

**Fernanda:** Campanha dos 90 dias, isso, dos primeiros meses. Em janeiro a gente começou a estruturar as ações, começou a pensar de uma forma mais planejada. Mas em novembro e

dezembro, Dayana, não era possível, porque a demanda era muito grande. O pessoal de imprensa tinha que escolher quem eles iam atender, porque eram 40, 100 demandas por dia. Não tinha equipe para isso. A empresa tinha uma equipe desenhada para a rotina, para a operação. E de repente uma crise desse tamanho, você não estrutura da noite para o dia. Demora tempo. Esse processo é mais demorado, ele não vai na mesma velocidade da realidade, do fato, do acontecimento. Essa crise teve 17 dias, isso também é importante dizer, a fase aguda dela, porque a barragem se rompeu dia 5 e ela chegou ao mar 17 dias depois. Boa parte do período do mês de novembro a gente ficou acompanhando o impacto que ela vai provocar. Gente, vai chegar na foz amanhã, vai uma equipe de comunicação para lá agora. Mandava gente para lá, você vai acompanhar o caminho da lama.

**Dayana:** Entendi. Também porque vocês não tinham como prever o que iria causar...

**Fernanda:** Não se tinha extensão da crise. Como você vai planejar uma coisa que ainda está acontecendo? Você dá conta hoje, do impacto de hoje. Mas ele tem repercussão.

**Dayana:** A gente comentou sobre essa dificuldade de saber quem é o público no meio digital. Com relação à *fanpage*, vocês têm informações, dados, que definem o perfil desse público?

**Fernanda:** Sim. A gente tem, hoje, 55 mil e 89 seguidores e que aumentou muito com a campanha que a gente fez. Cresceu o número de seguidores com a campanha digital de abril, de três meses.

**Dayana:** E vocês têm a definição do perfil, vocês acompanham os dados de localização dos usuários?

**Fernanda:** Sim. A gente fez um planejamento para os próximos meses que é muito legal. Fomos fazer um estudo desse público. Quem é esse público que a gente quer atingir agora? Não de hoje do *Facebook*, não de hoje das nossas páginas. Mas com quem a gente quer falar? A gente fez um estudo de públicos no *Facebook* da área de influência direta da Samarco. Pesquisamos Catas Altas, Ouro Preto, Mariana, Santa Bárbara. Isso aconteceu depois que a gente convidou os influenciadores e ninguém aceitou, com exceção do “Somos todos Samarco”. Nós queremos mesmo falar para todo mundo? As pessoas não querem ouvir, então vamos falar para quem quer ouvir. Mas quem são essas pessoas que a gente quer falar? Aí, fomos fazer essa pesquisa. Fizemos a pesquisa da área de influência direta da Samarco, Catas Altas, Ouro Preto, Mariana e Santa Bárbara, que são de 80 a 90 mil pessoas ativas...

**Dayana:** São dados do *Facebook*?

**Fernanda:** Do *Facebook*. Nós usamos a ferramenta de pesquisa do *Facebook*, “audience insights”. A gente queria entender como se comportavam esses públicos. Depois fizemos um

estudo também do público do Espírito Santo. Poderíamos prever as reações desse público quando a gente começasse a trabalhar com esse público.

**Dayana:** Porque daí vocês teriam conhecimento de quem é esse público...

**Fernanda:** De quem que é esse público? A gente vai desenhar uma persona para esse público? Como esse público se comporta? Isso é em Minas, Espírito Santo a gente ainda não tem, eu vou te mostrar o de Minas. De 10 a 15 milhões de pessoas ativas mensalmente nas redes sociais, em Minas Gerais. Na área de influência direta, a gente pegou Catas Altas, Ouro Preto, Mariana e Santa Bárbara, de 80 a 90 mil pessoas ativas mensalmente, e você vê uma equidade de gênero. O grande público está entre 18 e 34 anos de idade e as pessoas têm um elevado índice educacional. As atividades, artes, entretenimento, esportes e mídia, cuidados especiais, gestão. E chegamos a algumas conclusões: é um público jovem, de formação universitária, muito por causa da Ufop, um público crítico. Pessoal que está em Artes, Ciências Humanas é um público que naturalmente critica. E olha que legal, isso aqui são os achados: onde está o nosso público? 49% está em Ouro Preto; 50% usa *Facebook* e 38% só pelo *mobile*<sup>258</sup>. Com interesse em mineração, aí fomos restringindo, são de 20 a 25 mil pessoas. 54% do público está em Ouro Preto, 35% em Mariana. Com interesse na Samarco, são os nossos seguidores da *fanpage*, 4 mil pessoas ativas mensalmente. Nível educacional também é alto, a grande maioria é casada. Aqui inverte: 55% que têm interesse na Samarco está em Mariana, 38% em Ouro Preto. Catas Altas e Santa Bárbara é muito pequenininho o percentual. As conclusões: o nosso público é relativamente jovem, até 34 anos, com distribuição igualitária de gênero, a maioria está em um relacionamento, o que demonstra valores familiares, nível educacional alto muito em função da universidade. Você vê que é um público qualificado com um alto índice das pessoas da área de Humanas, que é aí é crítico porque as pessoas são críticas mesmo.

**Dayana:** Da própria formação...

**Fernanda:** Da própria formação. E a maior parte do público está em Ouro Preto. Então, Dayana, a gente fez esse estudo, e estamos em um planejamento, vamos até voltar a ele, porque a gente queria entender esse público. Para quem que a gente quer falar? Vamos falar com quem? Com essas pessoas? Então vamos falar com a área de influência direta? A gente queria entender. E daí foi possível criar personas, foi possível ter um alinhamento de discurso. A Samarco está seguindo muito um discurso hoje de transparência, de assumir as responsabilidades, de humildade, de pedir desculpas, eu acho que a gente vai pedir desculpas

---

<sup>258</sup> Dispositivos móveis, como celular e *tablet*.

por muito tempo. E isso não é apenas discurso, as pessoas aqui se sentem realmente responsáveis pelo o que aconteceu. A empresa quer voltar a operar, mesmo porque ela precisa pagar por todo esse impacto que ela está fazendo. O recurso da Fundação vem da Samarco, apesar da independência.

**Dayana:** A Samarco que custeia, então, a Fundação Renova?

**Fernanda:** A Samarco e os acionistas. Está escrito no acordo. O acordo está no nosso *site* também, você pode pegar lá. E lá está determinado: se a Samarco não tiver caixa, os acionistas da Samarco vão custear.

**Dayana:** O que vocês divulgam na *fanpage*, esse mesmo conteúdo vocês colocam em outras plataformas também ou o contrário?

**Fernanda:** Sim. Tudo aqui é feito de forma integrada e também dependente. Por exemplo: a entrega de Barra Longa foi a última grande ação da Samarco. Antes de entregar as ações de reparação para a Fundação Renova, a Samarco reconstruiu Barra Longa, refez aquela praça, tirou uma quantidade enorme de rejeito, fez casas novas, reformou as casas, reformou as ruas. A gente pensa em conjunto, pensa para o empregado, pensa para a imprensa, pensa para o universo digital. Combinamos o jogo, quem produz o conteúdo. Por exemplo, a imprensa se antecipou e fez um *release* (material informativo produzido pela assessoria de comunicação e encaminhado à imprensa) ...ah, estou fazendo um *release*, eu posso aguardar a aprovação do *release*, do conteúdo, para eu trabalhar aqui? Pode, sim.

**Dayana:** Mas você adapta esse conteúdo para o ambiente digital?

**Fernanda:** É. Ou não, ou eu crio um outro conteúdo. Por exemplo: teve uma *time-lapse*<sup>259</sup> da obra da praça que ficou muito legal. Vamos fazer o registro disso. Eu falei: gente, eu vou divulgar isso no *site*, no *site* não, na *fanpage*. E é muito legal. É o que percebemos também: quando a gente mostra vídeo com a realidade, temos uma resposta muito legal. Geralmente produzimos conteúdos específicos, às vezes a gente aproveita, depende do que a gente vai comunicar. Mas é sempre integrado. Se você está perguntando se são todas as plataformas, sim. Por exemplo, eu cuido da entrega da praça. No meu universo digital eu fiz um “marco” na *fanpage*, com uma foto, cobertura do evento e eu postei o vídeo. Essa foi a estratégia na *fanpage*. Para o *site* eu criei um banner, botei o vídeo lá também, criei uma notícia com foto. A imprensa divulgou para os jornalistas o *release*, fez um “follow” (acompanhamento) com eles...

---

<sup>259</sup> Disponível em: [https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/SamarcoMineracao/posts/?ref=page_internal) Acesso em: 4 mar. 2017.

**Dayana:** É um conteúdo que transita. Você pode gerar um novo ou aproveitar, adaptar o que vem de uma outra área.

**Fernanda:** Sim. Você adapta para a plataforma. Faz-se um comunicado para os empregados ou, dependendo do conteúdo, a diretoria vai conversar com os empregados. Depende do que a gente divulga, mas a gente sempre faz isso adequado à ótica do público e à plataforma. A gente considera essas duas coisas.

**Dayana:** Fernanda, você falou que a parte de comunicação digital fica totalmente com você. Naquelas funções que a gente tem dentro da *fanpage*, de administrador, editor, moderador, anunciante, analista, você que gerencia tudo ou, por exemplo, algum fornecedor tem acesso?

**Fernanda:** Fornecedor, eles têm acesso, eles têm as senhas e eles gerenciam. A gente tem um contrato com a ferramenta “*Scup*”, que é a ferramenta que monitora a nossa presença nas redes sociais, e também o meu fornecedor, óbvio que eu tenho acesso, também tem as senhas.

**Dayana:** Todas essas funções você e os fornecedores podem desempenhar dentro da *fanpage*? Não tem nenhuma restrição?

**Fernanda:** Sim, eu ou eles. Por exemplo: isso já aconteceu em novembro e dezembro, o cara veio com uma questão e o fornecedor da época deu uma resposta. A Elen, que trabalhava conosco observou: “gente, está inadequado isso aqui” e apagava o nosso comentário. E respondia de uma outra forma.

**Dayana:** Entendi. Vocês acompanham também o trabalho...

**Fernanda:** Não tem jeito, lógico.

**Dayana:** Eu coloquei uma questão mais específica da redação das postagens. Quem redige, quem autoriza e quem publica? Ou tudo termina em você?

**Fernanda:** A gente tem um planejamento mensal de *posts* ou de ações que vão ser desenvolvidas. Por exemplo, cava de Alegria Sul. Temos que divulgar para as pessoas o que é a cava, como funciona, convidar as pessoas para a audiência pública. Eu chamo a agência: meninas, vamos planejar o que podemos fazer em termos digitais? A gente pode publicar um vídeo explicando o que é a cava, a diferença da cava. Vamos fazer isso no nosso *Youtube*? Só no *Youtube* ou também no *Facebook*? Se sim, por que, se não, por quê? Tudo tem uma análise de risco. Além disso, a gente vai fazer uma cobertura do evento também. Então vai um profissional das redes sociais acompanhar as audiências públicas, a gente vai ver quais questões que vão surgir lá, porque essas questões podem surgir no diálogo. As pessoas podem perguntar, então vamos lá tomar nota, acompanhar tudo o que aconteceu. E vamos também fazer uma cobertura do evento. Tudo isso é “brifado” com a agência, mas tudo volta para mim.

**Dayana:** Tudo o que é produzido pela agência você avalia antes.

**Fernanda:** Avalio antes de ser publicado. Se o conteúdo ainda não tiver sido aprovado, tem sempre que ser aprovado pelo jurídico...

**Dayana:** Qualquer tipo de conteúdo?

**Fernanda:** Qualquer.

**Dayana:** Inclusive as respostas aos usuários?

**Fernanda:** Inclusive as respostas.

**Dayana:** E na época da ruptura era assim também, Fernanda?

**Fernanda:** Era.

**Dayana:** Então, na época da ruptura também a agência produzia, vocês aprovavam e passava pelo jurídico? Tinha esse fluxo mesmo naquele momento...

**Fernanda:** É. Chegou uma hora que o momento estava tão crítico que a gente pediu um profissional da área jurídica dentro da área de Comunicação. Um advogado sentadinho do nosso lado só aprovando.

**Dayana:** Eles fazem a produção do conteúdo, mas você tinha falado que a foto é outro fornecedor... E tem um motivo específico para o fato de que os outros conteúdos a agência produz e a parte de fotos fica com um fornecedor específico?

**Fernanda:** Porque não tem hoje uma agência que dê conta disso. Geralmente a agência terceiriza. E eu acho que é por questões contratuais também, já existia o contrato com esse fornecedor de fotografia e esse contrato ainda está vigente.

**Dayana:** Então a agência produz todos os outros conteúdos e esse fornecedor específico as fotos?

**Fernanda:** As fotos, porque a gente tem contrato com ele, teria que fazer outra concorrência. Essa agência produz conteúdo, mas como conteúdo leia-se: infográfico, alguns vídeos mais simples etc.

**Dayana:** A parte do texto é deles também? Ou você também produz esses textos?

**Fernanda:** Para os *posts*? É a agência. Mas eu dou muitos pitacos.

**Dayana:** A *fanpage* teve aquele espaço de tempo pequeno antes da ruptura. Você visualiza uma mudança no modo como a Samarco fala com as pessoas por causa da ruptura? Você citou a questão do pedido de desculpas, da humildade. É nesse sentido?

**Fernanda:** Sim, nesse sentido. A Samarco demorou para pedir desculpas. A empresa tinha uma ânsia tão grande de mostrar o que ela estava fazendo, que eles esqueciam, “gente, desculpa pelo que eu fiz”. Ela queria mostrar, mostrar, e isso vai muito ao encontro de um dos seus valores, que é o foco no resultado. Ela tem o seu valor: foco no resultado. Mas as pessoas

queriam um pedido de desculpas. Ouvir isso, “desculpa”. Eu acho que isso vem muito da questão do valor, foco no resultado. Mas eu acho que também faltou a empresa parar e refletir. É muito difícil, Dayana, você está no meio do furacão, às vezes você precisa de uma pessoa que está do lado de fora para falar com você. Você está tão submerso nesse problema deste tamanho... Quando a empresa se ateve a isso, todo o discurso mudou. Se você fizer uma análise do discurso da nossa *fanpage*, você vai perceber essa mudança de discurso. Primeiro mostrando o que fez, prestação de contas.

**Dayana:** O primeiro mês é muito marcado por isso...

**Fernanda:** É. E é isso o que eu estou te falando. Primeiro mês é assim, eu estou acompanhando uma crise que durou 17 dias, o período agudo dela. A gente ainda não tinha extensão, a gente tinha que dar fatos e dados. Depois a empresa parou e falou “não, eu tenho que pedir desculpa, eu tenho que falar do impacto que eu provoquei”. E isso ela começou a dizer perto de um ano.

**Dayana:** Um ano após a ruptura?

**Fernanda:** É. Um ano após que a empresa falou: “olha, eu destruí casas”. Ela disse nos seus materiais, ela disse no seu *site*. Na *fanpage* foi um pouco diferente, tínhamos um vídeo que a gente ia divulgar, falando dos impactos, é esse *book* eletrônico. Tomamos a decisão de botar ele só no Youtube. Por que a gente o botou só no Youtube? A gente já estava percebendo que as pessoas não queriam ouvir e que ia chover “vomitação”, então para quê?

**Dayana:** É aquilo que você falou de pensar para quem você vai falar...

**Fernanda:** É. Você vai ver que no dia 5 de novembro de 2016 tem um *post* de pedido de desculpas. A gente apanhou e voltou todo o vomitação. A crise voltou no dia 5 de novembro de 2016, foi uma enxurrada de novo. Imprensa, mídias sociais... Eu acho que todo “aniversário” (do rompimento) vai ser assim.

**Dayana:** A própria imprensa faz a reportagem, as pessoas lembram... Fernanda, outra questão bem específica: no ambiente digital tem toda uma linguagem de vídeos, de “emojis”, de *links*, de “hashtags”, que é muito específica desse lugar. No momento em que vocês produzem conteúdo há uma preocupação de falar uma linguagem que é daquele ambiente?

**Fernanda:** Sim. A gente tenta simplificar. É uma questão complexa, um assunto complexo. Às vezes o tema é muito difícil, muito técnico, a gente tenta, na medida do possível. Isso aqui não é texto, isso aqui não é foto, isso aqui é um vídeo... Por exemplo, a gente publicou um vídeo para mostrar de que forma seria feita a dragagem de Candonga<sup>260</sup>. É um desenho da

<sup>260</sup> Vídeo disponível em: <http://www.samarco.com/2016/07/13/entenda-o-processo-de-dragagem-no-lago-da-usina-hidreletrica-risoleta-neves-candongas/> Acesso em: 28 fev. 2017.

draga, porque é uma coisa muito técnica. Você vê que a gente usa muito recurso de infográfico para tentar traduzir. Essa é a questão, traduzir o máximo possível.

**Dayana:** Mas no primeiro mês isso não era muito possível...

**Fernanda:** Não. Novembro e dezembro é só texto. Começa a ter foto em janeiro, a gente começa com o “*gif*”, o “*emoji*”, com tudo, com *motion*. Mas em 2016.

**Dayana:** Qual o critério que vocês usaram para definir os assuntos das postagens no primeiro mês? Era a demanda que vinha das pessoas ou vocês também pensavam, apesar de estar naquele momento complicado, “a gente precisa falar disso”. Ou foi, como você disse, à medida que a lama, por exemplo, chegou em Governador Valadares, vamos falar de distribuição de água em Governador Valadares.

**Fernanda:** Era uma mistura disso tudo. A gente estava prevendo que a lama ia chegar em Governador Valadares, tínhamos que comunicar onde iríamos distribuir água, se ia faltar água, se não ia faltar. A gente tinha críticas nas redes sociais, então vamos falar desse assunto. Falar em relação ao que acontece de diálogo, de crítica, vamos fazer um *post* porque as pessoas estão falando muito disso aqui... Começamos a fazer mais planejadamente em 2016. No período de novembro e dezembro era o assunto que estava em voga, então a gente tem que falar disso.

**Dayana:** Mas vocês também olhavam o que os usuários diziam na plataforma?

**Fernanda:** Não dava muito tempo não, novembro e dezembro... Olhava, tinha o pessoal do mesão, “ah, o pessoal está falando muito disso, então vamos fazer um *post* disso agora”. Mas era no susto.

**Dayana:** A partir de 2016 foi uma análise mais organizada...

**Fernanda:** Planejada, organizada.

**Dayana:** Pensando no que determinava o assunto das postagens, o que a imprensa veiculava também influenciava?

**Fernanda:** Completamente. Eu não consigo trabalhar descolada do pessoal de imprensa e vice-versa. Eu fico ali, gente, amanhã vai sair muita coisa disso, a imprensa está procurando a gente demais. Então vai sair no *Facebook*. Por quê? Porque o pessoal replica as matérias que são publicadas. Manda na nossa *timeline* (linha do tempo do *Facebook*) e começa a comentar. Gente, está dando muito isso, vamos fazer já um posicionamento, vamos escrever uma resposta, porque vão perguntar sobre isso. Então a gente já se prepara, vamos fazer uma resposta padrão.

**Dayana:** Isso desde o início? Essa proximidade entre as áreas...

**Fernanda:** Não, porque as coisas foram se planejando. Foi em 2016 também. 2015 foram dois meses, não tinha jeito. Por isso que ficava todo mundo na mesa. Como você não conseguia planejar o negócio, estava todo mundo ali ouvindo.

**Dayana:** Você tem ideia, Fernanda, de quais as temáticas mais repercutem entre os usuários? Por exemplo, nesse primeiro mês a partir da ruptura da barragem de Fundão têm postagens mais institucionais, as que focam nas questões ambientais, de distribuição de água, e tem aquelas que falam de ações assistenciais. Nesse período, você tem uma visão do que mais repercutia entre eles positivamente, negativamente?

**Fernanda:** Não se pensava nisso. Depois a gente começou a pensar nisso. Com base no relatório semanal que começamos a produzir, por exemplo, no nosso diálogo está aparecendo muita dúvida ainda sobre o cartão de auxílio financeiro. Quem pode receber, quem não pode receber. Vamos fazer um *post* disso então? A gente fazia um “vídeo lettering”, “cartão auxílio financeiro está sendo distribuído”. Como funciona o processo? A gente desenhava o processo. As famílias escolheram um novo terreno. Como esse novo terreno foi escolhido? Foram mapeados vários terrenos, chegou-se a três terrenos, as famílias visitaram os terrenos, daí foi feita uma eleição... Com base no que aparecia nos nossos relatórios, no monitoramento de mídias sociais e no diálogo, começamos a fazer um *post*, a conversar com os nossos públicos. Mas no início a Samarco tinha muita necessidade de dizer o que ela estava fazendo. Ela continuou prestando contas o ano inteiro, mas muito focada no que estava aparecendo nas mídias sociais. Essa campanha publicitária que a gente fez de abril a junho também foi um aprendizado. Produção de vídeo é uma coisa que não tem o mesmo “*timing*” de crise. Você produz um vídeo, seleciona as imagens, você edita, você põe um “lettering” (inclusão de texto no vídeo), escolhe a trilha, é um processo demorado. O vídeo em duas semanas já está velho, porque agora é a Polícia Federal dando uma coletiva falando da investigação dela. Acabou, não vamos soltar o vídeo esta semana. Isso também foi muito considerado. Rolou muita discussão. Por exemplo: tinha um vídeo planejado para uma semana, dos cuidados com os animais, as feiras de adoção que a Samarco fez, e a Polícia Federal tinha acabado de fazer uma coletiva falando das causas do rompimento, a investigação dela. Gente, não vou botar vídeo de cachorro agora, não faz sentido. Vamos programar isso para outro dia. A questão do dia é isso. Vai ser um texto duro, um textão, sem vídeo, sem gracinha? Vai, mas eu vou estar sendo autêntica, não vou estar sendo autista.

**Dayana:** Coerente com as discussões...

**Fernanda:** Coerente com o diálogo, com o discurso que a empresa tanto fala de transparência, de estar aberto para o diálogo. Então, se ela está aberta ao diálogo, vamos falar

o que as pessoas estão querendo saber. Esse é um outro aprendizado que a gente teve ao longo de 2016. A empresa quer falar? Quer, mas ela também tem que falar, prestar conta do que as pessoas querem saber.

**Dayana:** Os comentários eram de assuntos diversos. O que fazia vocês escolherem qual comentário responder?

**Fernanda:** Todos os comentários eram respondidos. Quando tinha questão, tudo era respondido. Tanto “*inbox*” (mensagens do *chat* do *Facebook*) quanto “*outbox*” (comentários dos usuários, por exemplo). Mas depende do período, muita coisa ficou sem ser respondida nos meses de novembro e dezembro pelo volume.

**Dayana:** Sim, essas foram as que eu olhei e eu tentei entender qual foi a lógica para definir. Eu imagino que vocês não responderam todas porque a demanda era grande. Mas a minha dúvida é: qual era o critério para definir o que vocês respondiam?

**Fernanda:** Olha, Dayana, eu não cuidava desse diálogo na época. Mas eu acho que o que não era respondido, era porque não tínhamos resposta naquele momento. Em uma crise, quando ela está acontecendo, você não tem resposta para tudo. Para muita coisa a gente não tinha resposta naquele momento. E também pelo volume, era uma coisa inacreditável.

**Dayana:** Vocês responderam o que vocês tinham condição de responder naquele momento...

**Fernanda:** Em novembro e dezembro. Quando foi em janeiro, lembra que eu te falei que tinham mil mensagens “*inbox*” sem resposta? A gente zerou. Ninguém ficou sem resposta. E desde então a gente responde todo mundo, a exceção é das mensagens de ódio, porque isso não tem jeito de você responder. “Assassinos, assassinos”, o bonequinho vomitando, “vocês devem ir para a cadeia”, esse tipo de coisa a gente não responde, porque existe uma política do nosso *Facebook*. Se a pessoa fala palavrão, a gente avisa que vai ocultar, porque ela está fora da política. Tem um texto na nossa página explicando as regras, na nossa *fanpage*: a Política de relacionamento da página<sup>261</sup>.

**Dayana:** E é de quando essa norma, Fernanda?

**Fernanda:** Ela sempre esteve na página, mas a gente fez uma revisão dela no início do ano. Aí vêm os comentários, “censura em pleno século XXI”...

**Dayana:** Eu acho interessante até incluir no trabalho, pois está bem claro. O que acontece: as condições de produção do discurso dizem respeito também ao que conforma esse discurso, a materialidade da comunicação. De que forma esse espaço limita as ações da empresa - porque

<sup>261</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/notes/samarco-minera%C3%A7%C3%A3o/pol%C3%ADtica-de-relacionamento-da-p%C3%A1gina/1714991082051040> Acesso em: 28 fev. 2017.

é uma plataforma e você pode fazer uma coisa e não outra - e também dos usuários por várias questões, como vocês colocaram.

**Fernanda:** É... Você tem que ter regras, tudo tem que ter regra nessa vida. Você tem que ter regra também para conversar com a empresa.

**Dayana:** Como você disse, as respostas tinham um *script* e vocês adaptavam...

**Fernanda:** Isso a partir de janeiro. Sempre teve um *script*, mas essa adequação ficou mais adequada a partir de janeiro. A gente mudou o fornecedor e esse novo fornecedor tinha um entendimento melhor, uma sensibilidade maior para a criticidade disso, também com orientação nossa, mas eles entenderam mais o que a gente estava querendo dizer, com mais cuidado, com mais respeito, com mais humildade.

**Dayana:** Vocês definiam essas respostas pelo número de vezes que a dúvida aparecia? Por exemplo: a dúvida sobre a distribuição de água em Governador Valadares está muito presente, daí vocês criavam um *script*. Era esse o critério?

**Fernanda:** A gente sempre queria responder a tudo, mas se aparecia mais vezes, vamos dar prioridade para a produção dessa resposta. Mas não vamos deixar de responder nada. Hoje, a gente consegue trabalhar de forma antecipada. Conseguimos ver o que vai acontecer pelo monitoramento, pelo o que está acontecendo, conseguimos nos antecipar. Mas na época era assim, tem 50 pessoas querendo saber disso e tem 5 querendo saber daquilo outro. Então vamos priorizar, vamos buscar a resposta dos 50, vamos responder hoje, não passa de hoje. Amanhã a gente responde os 5, se não der tempo. Mas a gente não elegia esse em detrimento do outro, a ideia é que todo mundo tem que ser respondido, sempre foi.

**Dayana:** A intenção desse *script* era facilitar? A demanda era grande...

**Fernanda:** É uma forma que a gente encontrou de trabalhar organizadamente.

**Dayana:** Com a ruptura da barragem, a empresa criou um *hotsite* para abordar os assuntos relacionados ao rompimento. Qual foi o objetivo dessa ação?

**Fernanda:** O que acontece? O *site* da Samarco era um *site* institucional, bonitão. A empresa fez um “*hotsite*” do rompimento, postando ali todas as informações.

**Dayana:** E manteve o institucional?

**Fernanda:** Manteve o institucional. E o *site* institucional foi “hackeado”. A (equipe) de TI (Tecnologia da Informação) daqui, por uma questão de segurança, caiu com esse *site*. O *site*, que era um “*hotsite*” específico, virou o *site* da Samarco. A gente fez algumas melhorias, mas é o *site* que está hoje no ar.

**Dayana:** Fernanda, outra coisa, que até chegamos a comentar um pouquinho, é que vocês trabalham com a imagem padrão nesse período inicial.

**Fernanda:** Que é o “Samarco informa”...

**Dayana:** E só depois começam a inserir foto. Pelo o que você falou, era por causa do momento, da demanda por liberar as informações. Eu fiquei pensando se houve também um cuidado, porque demora a aparecer foto dos atingidos. É o mesmo critério da imagem padrão, porque só naquele momento vocês puderam produzir essa imagem, ou havia uma preocupação em não divulgar imagem de pessoas, principalmente das pessoas atingidas?

**Fernanda:** A gente tinha esse respeito com as pessoas, sim. Tanto que em toda divulgação perguntamos para a pessoa: posso tirar uma foto? Se ela falar não, é não. E a gente pede para ela uma autorização de uso de imagem, porque ela tem que estar ciente. Vamos divulgar isso no *site*, no nosso *Facebook* etc., então a gente tinha, tem esse cuidado, sempre teve. Por exemplo, raramente você vai ver criança, o rosto da criança. Você vai ver o menino de costas ou você vai ver só a mãozinha da criança. É uma questão de respeito mesmo com as pessoas que foram impactadas. Elas já perderam as casas delas, perdeu foto. Documento você faz depois, mas foto? Batizado do seu filho...

**Dayana:** Vamos para a penúltima pergunta. Você falou comigo das regras para a pessoa atuar na *fanpage*. Vocês fazem alguma configuração na página? Quem não segue as regras vocês removem o comentário?

**Fernanda:** A gente avisa a pessoa e oculta.

**Dayana:** Aqui tem alguns filtros que eu tirei do próprio *Facebook*, “excluir ou ocultar comentário”, que você já explicou as situações em que a empresa oculta o comentário. Vocês utilizam o “filtro de difamação”<sup>262</sup> da página?

**Fernanda:** Não, a gente vai no olho mesmo.

**Dayana:** E se tiver vocês removem?

**Fernanda:** A gente remove, não deleta com a “maquininha” (filtro de difamação).

**Dayana:** Entendi, é manual. Vocês bloqueiam publicação de foto e vídeo na linha do tempo da página, por exemplo, se eu quiser ir à página da Samarco e publicar alguma foto na linha do tempo, tem esse tipo de bloqueio?

**Fernanda:** Não sei.

---

<sup>262</sup> Por meio do “Filtro de difamação” “É possível bloquear níveis diferentes de linguagem ofensiva em sua Página”. Esta ferramenta foi criada com base nas palavras e frases mais denunciadas como ofensivas pelos usuários da plataforma. Na página, o gerenciador pode acessar o “Filtro de linguagem ofensiva” e optar por um critério de moderação médio ou forte. Disponível em: [https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/248844142141117/?helpref=hc_fnav) Acesso em: 7 dez. 2017.

**Dayana:** No *Facebook*, eu peguei o texto de lá mesmo, está assim: “bloquear publicação de fotos e vídeos na linha do tempo da página”. Estou pegando as opções que o próprio *Facebook* dá, “impedir que outras pessoas ou páginas marquem a *fanpage*”...

**Fernanda:** A gente não impede. O que acontece: quando eles citam a gente, respondemos. Se marcou, é porque quer dialogar com a nossa página.

**Dayana:** Vocês já chegaram a banir ou a excluir algum usuário?

**Fernanda:** A gente baniu aquela menina, ela foi o único caso, porque ela estava demais. Só um “hater”. Aí, ela criou um outro.

**Dayana:** Outra opção, Fernanda, é a de você desativar as publicações de outras pessoas na página ou condicionar essa publicação a partir da sua análise.

**Fernanda:** Não, a gente não condiciona. Tipo uma censura prévia? Alguém postou e te marcou, você vai lá, analisa e adiciona? Não, a gente não faz isso. Quem quiser...e aí, a gente responde.

**Dayana:** Mas aparece na linha do tempo da Samarco?

**Fernanda:** A gente não bloqueia, mas ninguém nunca publicou na nossa linha do tempo, sabia? Eu vou até checar isso.

**Dayana:** Eu acho que, então, é porque deve estar bloqueado. Eu imagino assim: a pessoa pode marcar a Samarco, vocês recebem a notificação, mas pelo o que eu vi na página, parece que essa marcação não vai para a linha do tempo de vocês.

**Fernanda:** Eu tenho que checar isso.

**Dayana:** E a última pergunta relacionada a essas configurações é sobre a questão da edição das postagens. Por exemplo: se tem uma demanda de edição, ou por um erro que acontece, um erro de escrita, ou vocês publicaram e viram que os usuários não receberam bem. Vocês editam a publicação para dizer aquilo de outra forma?

**Fernanda:** Não. Foi, foi. Não me lembro e é por isso que antes a edição, a aprovação eram tão criteriosas, porque publicou e começaram a xingar, deixa xingar. “Ah, não, estão xingando demais, vamos apagar”. Isso não existe.

**Dayana:** Eu falo, por exemplo, também de números. Um número que foi divulgado de maneira errada, vocês foram lá e alteraram a publicação.

**Fernanda:** Teve uma vez que tivemos que ocultar por um erro, não lembro de quê. Mas a gente descobriu um minuto depois que postamos. Tinha tido pouquíssima gente...

**Dayana:** Entendi. Fernanda, acho que conseguimos abordar as questões que são pertinentes para a pesquisa. Agradeço muito pela disponibilidade em conceder a entrevista.