

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO (PÔSTER)

NOME: DÉVISSON LUCAS BERNABÉ

TÍTULO: A SOCIEDADE ENFRENTA SUAS ORGANIZAÇÕES? INTERAÇÃO ENTRE A MONSANTO E A SOCIEDADE NAS MÍDIAS SOCIAIS, ARTICULADA PELO DISCURSO DA SUSTENTABILIDADE

AUTORES: DOUGLAS APARECIDO FERREIRA, DÉVISSON LUCAS BERNABÉ, DÉVISSON LUCAS BERNABÉ, DÔUGLAS APARECIDO FERREIRA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): PAPq

PALAVRA CHAVE: RESPOSTA SOCIAL, MEDIATEZACÃO, REDES SOCIAIS DIGITAIS

RESUMO

O atual momento histórico e social vem sendo marcado pela necessidade das organizações em conseguirem visibilidade e credibilidade para as suas ações. Essa exposição também as tornam sujeitas às mais variadas possibilidades de enfrentamentos, posicionamentos e manifestações nas redes sociais digitais (RECUERO, 2009) provocadas pelas interações que as organizações constroem com outros públicos. A presente pesquisa se torna pertinente uma vez que visa identificar os fluxos simbólicos disputados entre as organizações e seus interlocutores, mais precisamente para a resposta social (BRAGA, 2006) produzidas por esses últimos a partir dos processos de comunicação midiaticizados sobre a Monsanto Brasil nas redes sociais Facebook e Twitter. A pesquisa procura entender como os enfrentamentos mobilizados na sociedade se articulam com a produção e recepção dos produtos midiaticizados. A metodologia desenvolvida se estrutura em um sistema de identificação nas postagens de atores sociais no Facebook e Twitter durante uma semana artificial (BAUER, 2002) e, após a coleta de tais dados, realizar a análise crítica do discurso a partir da metodologia sugerida por Fairclough (2001), no intuito de não se considerar apenas o texto, mas também a prática discursiva, nas suas condições de produção, de apropriação e de distribuição, o contexto, a força e a intertextualidade. Com os resultados parciais do trabalho, entende-se que os atores sociais se utilizam das plataformas de redes sociais para se posicionar e manifestar a sua opinião sobre a mensagem midiaticizada que recebeu, sendo assim, o fenômeno de interação social tem se caracterizado como "produção, recepção e resposta social", divergindo da antiga teoria da comunicação "emissor, código/canal, receptor" onde a mensagem se findava no receptor. Com a resposta social, o ator social também se organiza a partir da mídia para se apropriar, ressignificar, e fazer frente aos discursos organizacionais.