

## **Efeitos *Pathêmicos* do Discurso Organizacional e o Caso Brumadinho: o Brasil Chora Lama Novamente<sup>1</sup>**

Bárbara Miano

Luiz Alberto de Farias

Universidade de São Paulo, São Paulo/SP

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo contribuir com o aprofundamento do estudo das emoções dentro do campo da comunicação organizacional e das relações públicas e problematizar sobre como as emoções, no discurso organizacional, são utilizadas de modo intencional e estratégico em um caso recente de repercussão midiática intensa. A pesquisa se vale de duas metodologias, sendo a primeira uma revisão bibliográfica de autores como Charaudeau, Halliday e Maingueneau e, em um segundo momento, realiza-se uma análise dos efeitos pathêmicos do discurso do pronunciamento oficial do presidente da Vale sobre o acidente em Brumadinho (MG). Por fim, destaca-se, entre os atributos analisados, a questão da cenografia utilizada em tom confessional pela mineradora.

### **Palavras-chave**

Linguagem; Discurso organizacional; Emoções; Efeitos pathêmicos do discurso; Charaudeau;

### **Introdução**

De modo etimológico, a palavra comunicação tem suas origens no termo latim “communicatio” e denota o ato de repartir, distribuir ou tornar algo comum (ORIGEMDAPALAVRA.COM.BR, 2016, s/). Assim, a comunicação apresenta-se, desde seu étimo, como um ato coletivo que demarca uma constante posição limítrofe entre percepções distintas capazes de fazer nascer novas e infinitas possibilidades de entendimentos.

É a comunicação, esse fazer essencialmente fraterno, que possibilita o acesso ao outro como ser cultural (GODÓI; RIBEIRO, 2009, p. 161) e permite a criação de saberes partilhados. Ainda, esse encontro entre subjetividades, que acontece nessa zona fronteira que é a comunicação, só é possível por um construto essencialmente social e que, de forma única, é capaz de conectar mundos imateriais e fazer fluir e transitar inúmeras possibilidades de valores e sentidos – a linguagem (GODÓI; RIBEIRO, 2009, p. 161).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT 3. Discursos, identidades e relações de poder, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

Há ainda de se considerar o caráter social e não aleatório da linguagem que se insere em uma lógica essencialmente política e premeditada (OLIVEIRA, 2008, p. 81). Esse aspecto essencialmente intencional coloca a linguagem em um encadeamento social de regras acerca da convivência humana. Utilizar esse conjunto de códigos é não apenas pressupor a todo o momento um encadeamento social previamente definido, como também reafirmar constantemente uma infinita lógica de efeitos visados. Sobre a intencionalidade inerente à linguagem, Oliveira demonstra que “afirmar que há uma intenção é afirmar que são inteligíveis o agente, a ação, e um contexto ou situação operativa (um jogo de linguagem) em que o termo é usado”. (OLIVEIRA, 2008, p. 81).

Assim, é exatamente neste berço, da intencionalidade e do fazer coletivo da linguagem, que nasce o discurso, “[...] combinações de elementos linguísticos (frases ou conjunto constituídos de muitas frases), usadas pelos falantes com o propósito [...] de agir sobre o mundo” (FIORIN, 2007, p. 11). A partir da definição do autor entende-se que a linguagem, enquanto estado discursivo, é a forma mais pura de transformação, ou seja, de humanização do mundo. É a partir desta tentativa de tornar público aquilo que é de domínio privado que o ser humano age, se coloca, dá cor, textura e vida ao mundo que o cerca.

Apresentando outra concepção do conceito discurso, Maingueneau (2013, p. 58) recomenda uma definição que pode ser útil à atividade de relações-públicas. De acordo com o autor, o discurso pode ser entendido como “o sintoma de uma modificação em nossa maneira de conceber a linguagem”. Ora se a ressignificação de sentidos, imagens e reputação podem ser entendidos como construtos determinantes do processo de legitimação social<sup>2</sup> de uma organização, entende-se também que é imprescindível que o especialista em comunicação organizacional seja também um mestre da arte discursiva.

Se, por um lado, essa questão demonstra uma possível necessidade de que o campo das relações-públicas se aprofunde na ciência discursiva, por outro, fragmentos teóricos demonstram que o campo organizacional, berço da atividade comunicacional, possui como uma de suas demandas essenciais o aprofundamento epistemológico das emoções que, durante algum tempo, devido à valorização das lógicas quantitativas, foram suprimidas, conforme demonstra Freitas (2008, p. 120). “Os métodos quantitativos atrofiaram a visão das paixões nas

---

<sup>2</sup> Segundo Simões (1995, p. 191), o “objetivo das Relações Públicas, função organizacional e atividade profissional, é legitimar as ações organizacionais de interesse público”.

organizações. Fizeram com que houvesse um olhar comprometido pela soberania da razão impondo sempre a eficiência administrativa [...]” (FREITAS, 2008, p. 120).

Reforçando a relevância de se aprofundar sobre as emoções e os discursos nas organizações, Freitas (2008) revela a ligação destes dois campos, quando afirma que a concretização dos estados emotivos no campo das organizações ocorre justamente via execução discursiva. Nas palavras da cientista (2008, p. 120), “a materialização dos afetos e das emoções no dia a dia ocorre por meio dos discursos, declarados e não declarados”.

A essa inerência e inseparabilidade entre discurso e emoções Patrick Charaudeau empreendeu uma terminologia específica— efeitos pathêmicos do discurso, um conceito que primeiramente faz uma aproximação com os estudos retóricos aristotélicos (ethos, pathos e logos) e, em um segundo momento, realiza também um distanciamento da ciência da análise do discurso das emoções do campo da sociologia antropologia ou psicologia.

Neste sentido, o presente artigo busca contribuir com o aprofundamento do estudo das emoções dentro do campo da comunicação organizacional e das relações-públicas e problematizar sobre como as emoções, no discurso organizacional, são utilizadas de modo intencional e estratégico em um caso recente de repercussão intensa. Para tanto, a partir de um cruzamento entre o ranking dos termos mais pesquisados no Google nos últimos 90 dias no Brasil e as categorias de produções de efeitos pathêmicos de Charaudeau (2010), chegou-se à delimitação do corpus de análise que foi composto pelo pronunciamento do presidente da Vale, Fabio Schvartsman, após o rompimento da barragem de Brumadinho, Minas Gerais, e que foi estudado por meio do modelo de abordagem da análise do discurso sugerida por Charaudeau (2010). Por fim, destaca-se, entre os atributos analisados, a questão da cenografia utilizada em tom confessional de Fábio falando sobre seus sentimentos quando soube do acidente.

### **Emoções, Linguagem e os Efeitos *Pathêmicos* do Discurso**

De acordo com o neurocientista Reeve (2011), uma emoção pode ser entendida como “[...] aquilo que organiza os componentes sentimento, ativação, propósito e expressão em uma reação coerente a um evento provocador” (REEVE, 2011, p. 191). Nesta definição, o campo da neurociência revela que, em última instância, emocionar-se é também expressar-se, uma vez que segundo o próprio autor (REEVE, 2011), o componente social-expressivo está relacionado com a capacidade comunicacional de uma emoção que a tira da subjetividade e a coloca no

meio comunitário e cultural. “Através de posturas, gestos, vocalizações e expressões faciais nossas experiências particulares tornam-se expressões públicas” (REEVE, 2011, p. 190).

Ora, se nos ampararmos na visão do neurocientista e pensarmos que se emocionar é expressar-se e a expressão entre a nossa espécie humana ocorre por meio da linguagem, conforme visto anteriormente, torna-se evidente que a emoção adota caráter mediador das interações a partir do momento em que assume a forma da própria comunicação. Sob essa perspectiva, seria impossível pensar em emoções, sem antes citar a comunicação.

Nesse contexto, a linguagem seria a materialidade social e cultural das emoções que, em certa medida são vividas individualmente, mas que se tornam colaborativas e mediações a partir do momento em que são compartilhadas e expressas por meio da comunicação. Nesse sentido, conforme observado anteriormente, Charaudeau lança mão do conceito efeitos pathêmicos do discurso, o qual concebe a emoção como um elemento portador de uma significação que não contém no objeto, mas da qual é vetor (CHARAUDEAU, 2010). O autor ainda afirma que o pathos no discurso está articulado via três pilares – intencionalidade, saber de crença e representação psicossocial. Primeiramente, uma emoção no discurso é de ordem intencional, pois se manifesta de forma direcional como reação que procura buscar ou combater algo. Em um segundo momentos, as emoções, de acordo com Charaudeau, se aparam sempre em saberes constituídos em um momento prévio ao da enunciação que se constroem também por meio de crenças sociais. Por fim, as emoções também estão inscritas em um processo de simbolização, denominado por Charaudeau como representação, uma vez que há um processo de imaginação e de subjetivação do mundo tal qual ele é. (CHARAUDEAU, 2010, p. 30).

### **Discursos Organizacionais *Pathêmicos* e a Comunicação da Retórica da Ação**

Inseridas neste contexto, as organizações<sup>3</sup>, enquanto agentes sociais de produção e ressignificação de sentidos, também devem se atentar a esse processo de vivência do pathos via discurso. Deve-se ressaltar ainda que elas não apenas estão postas em um emaranhado

---

<sup>3</sup> De acordo com Baldissera, as organizações a) são resultados provisórios (mudam permanentemente) da interação dos diferentes sujeitos-força (cada um dos indivíduos que compõem a organização ou que, de alguma forma ela se articulam, mesmo quando da sua concepção e criação; b) ecossitemicamente tencionadas sofrem influências diversas, seja no entorno cultural, social, ecológico e/ou político, entre outros; c) ao mesmo tempo em que são (re) tecidas, também são agentes na tessitura do entorno ecossitemico, bem como dos sujeitos-força que nela/com ela interagem. (BALDISSERA, 2009, p. 144).

multiforme de emissão de novos sentidos pathêmicos, como também são produtoras e sujeitos enunciator de uma lógica discursiva baseada na estratégia de efeitos emotivos.

Essa relação ainda torna-se complexa à medida que entendemos o discurso no sentido definido por Tereza Lúcia Halliday (2009, p. 32) que o demonstra não apenas como uma produção textual, mas sim como manifestações simbólicas que de algum modo surtem efeitos. “Assim, o conjunto de práticas linguísticas, semânticas e retóricas das pessoas jurídicas recebe o nome de discurso organizacional”.

A autora ainda acrescenta que toda e qualquer manifestação organizacional, seja ela textual, visual ou até mesmo cultural pode ser considerada um discurso, pois se vale de uma construção simbólica retórica para se fazer existir e construir novos significados nas mentes e corações de seus interlocutores. De acordo com Halliday, “a retórica nas organizações revela-se em diferentes atos de comunicação, aqui denominados atos retóricos, uma vez que são destinados a influenciar as percepções das pessoas e o andamento das coisas”. (HALLIDAY, 2009, p. 32).

Freitas e Garcia ainda acrescentam que o território da produção discursiva organizacional é muito maior do que se possa imaginar - das fofocas de corredores ao discurso de fim de ano do presidente, todas essas ações comunicacionais auxiliam não apenas na constituição e na sedimentação de uma organização, mas também obrigam as organizações a se adaptarem a uma contínua e multiforme teia de possibilidades discursivas. E, por mais que não sejam explorados do modo mais adequado, boa parte dos discursos que compõem as organizações e a fazem funcionar circulam no terreno das emoções. “Os afetos estão cristalizados no cotidiano por meio dos discursos – verbais ou não-verbais. [...] Os discursos passionais transbordam nas interações sociais e as organizações estão dimensionadas nesse mesmo contexto” (FREITAS; GARCIA, 2008, p. 120).

Compreender e se debruçar sobre as emoções é se dedicar a, além de um campo muito importante, porém inexplorado, também produzir uma retórica que transcorra do domínio das palavras e toque profundamente no coração, mentes e espíritos de pessoas, auditórios e públicos. Trabalhar e compreender as emoções no discurso é, antes de tudo, ocupar-se de uma comunicação que é voltada para a ação (FREITAS; GARCIA, 2009, p. 121).

### **Sobre o Corpus De Análise**

A palavra-chave “Brumadinho” foi o segundo termo de pesquisa mais buscado pelos brasileiros no Google nos últimos 90 dias e apenas é antecedido pelo termo “IPVA 2019” (TRENDS.GOOGLE.COM, acesso em 05 de fevereiro de 2019). O rompimento da barragem de rejeitos de Brumadinho (MG) no dia 25 de janeiro deste ano fez com que a mineradora brasileira, Vale, ficasse em evidência nos últimos dias. Isso porque um imenso mar de lama destruiu casas e bairros inteiros na região do Córrego do Feijão, deixando mais de 150 pessoas mortas e mais de 160 desaparecidos (AGENCIABRASIL.COM, acesso em 9 de fevereiro de 2019).

Após o rompimento, a mineradora brasileira, Vale, deu início a uma série de ações de comunicação sobre o acidente. Uma destas ações foi a criação de um hot site especial que contém informações atualizadas sobre o acidente, bem como uma plataforma de identificação de pessoas desaparecidas e óbitos identificados.

Ademais, entre as ações observadas para esse artigo, identificou-se também a compra da palavra “brumadinho” no site de pesquisas Google via SEM, sigla em inglês de *Search Engine Marketing*.

**Figura n.1. Exemplo de anúncio pago exibido via compra da palavra-chave “Brumadinho”**



Fonte: GOOGLE.COM, acesso em 5 de fevereiro de 2019

Outra ação de comunicação que ganhou grande repercussão foi o vídeo do pronunciamento do presidente da Vale, divulgado horas depois do acidente. Até a submissão deste artigo, o vídeo divulgado na rede social Facebook conta com mais de 6.700 interações, 1.300 compartilhamentos e 5.100 comentários.

## Figura N.2 Vídeo do pronunciamento do presidente da Vale sobre o acidente em Brumadinho (MG)



fonte: [FACEBOOK.COM/VALENOBRASIL](https://www.facebook.com/VALENOBRASIL), acesso em 5 de fevereiro de 2019

Abaixo, encontra-se a transcrição completa do pronunciamento de Fabio Schvartsman sobre o acidente:

Senhores, é com imenso pesar, que eu preciso confirmar o rompimento nessa data da barragem Mina Feijão, em Brumadinho, Minas Gerais. Senhores, eu não tenho palavra para descrever o meu sofrimento, a minha enorme tristeza e desaponto com o que acaba de acontecer. É algo além e acima de qualquer coisa que eu pudesse imaginar. Quero dizer da minha solidariedade que a Vale inteira vai fazer o que for possível e impossível para ajudar as pessoas que foram atingidas. É algo que me dói a alma, tudo o que eu não queria na minha vida era que algo do gênero acontecesse. Senhores, a Vale é uma empresa muito séria, a gente fez um esforço imenso do ponto de vista de deixar as nossas barragens na melhor condição possível, imaginável, usamos toda a tecnologia, especialmente depois de Mariana. É uma lista infindável de ações que foram tomadas, do ponto de vista de garantir a estabilidade e a segurança dessas barragens. Infelizmente, o rompimento aconteceu. Isso é indesculpável, mas mesmo assim eu peço desculpas a todos os atingidos, a toda a sociedade brasileira. E quero dizer que nós não mediremos esforços para enfrentar essa questão da forma como ela tem que ser enfrentada. Muito obrigado. (FACEBOOK.COM/VALENOBRASIL, ACESSO EM 5 DE FEVEREIRO DE 2019)

Assim, a partir das categorias de produções de efeitos pathemicos de Charaudeau (2010), que seriam predisposição sígnica de surgimento de efeitos pathêmicos, campo temático favorável às produções de sentidos pathêmicos, estratégia discursiva pathemizante, chegou-se à delimitação do corpus de análise deste artigo que será composto pelo vídeo de pronunciamento do presidente da Vale, Fabio Schvartsman, acima descrito.

## **Procedimento Metodológico**

De acordo com Charaudeau, o procedimento mais eficaz de estudo das emoções no contexto dos discursos é a análise do discurso, pois atribui ao pathos a abordagem enquanto signo portador de uma significação que não é a coisa em si, mas à qual está diretamente remetido. “A análise do discurso tem por objeto de estudo a linguagem, enquanto produtora de sentido em uma relação de troca, visto que ela traz em si mesma o signo de uma coisa que não está nela, mas da qual é portadora. [...]” (CHARAUDEAU, 2010, p. 26). Com isso, vale destacar que, nos estudos dos efeitos pathêmicos discurso, Charaudeau sinaliza que é necessário ao pesquisador se atentar a três características essenciais à produção de um discurso com visadas emocionais – situação de comunicação, universos de saber partilhado e estratégia enunciativa.

## **Análise De Corpus**

De acordo com Charaudeau (2006, p. 52), todo e qualquer ato discursivo é de alguma forma controlado e restrito de acordo com as condições situacionais ou contratuais nas quais é produzido. O autor ainda afirma que toda comunicação ocorre via um processo bifásico, composto pela transformação e transação. Charaudeau (2006, p. 52) também se utiliza dos pensamentos de Bourdieu para explicar que o contrato de comunicação é um campo inserido entre forças e trocas simbólicas e enunciação. E é neste campo que ocorrem as dificuldades e conflitos de interpretações e também os insucessos no alcance dos efeitos visados.

Inserido em uma complexa teia de significações e ressignificações, o contrato de comunicação é sempre operado por um jogo de posições operantes e alternantes entre dominador e dominado que farão impor ou sucumbir suas significações e efeitos de verdade sobre o mundo.

Com isso, ao concluir seus pensamentos sobre situações de comunicação, Charaudeau demonstra que as situações ou contratos de comunicação são categorias comunicacionais fabricadas e constantemente refabricadas basicamente por duas instâncias – dados externos (condição de identidade, condição de finalidade, condição de propósito e condição de dispositivo) e dados internos (espaço de locução, espaço de relação e espaço de tematização).

Com isso, sobre a condição de identidade, é possível observar que o vídeo de pronunciamento de Fábio no Facebook ocorre numa relação dual entre representante da Vale e população brasileira. Sobre a Vale, é uma das maiores empresas a de mineração do mundo e se destaca



pela produção de ferro e de níquel. Só no primeiro semestre de 2017, a empresa registrou a marca dos 7.8 bilhões de lucro líquido (fonte: G1.globo.com, acesso em 5 de fevereiro de 2019).

Sobre a população brasileira, é composta por 207.1 milhão de habitantes composta por um perfil de 51% de população feminina, 49% de população masculina e 71% de cidadãos com idade produtiva (fonte: ibge.com.br, acesso 5 de fevereiro de 2019). Ainda, abordando o estado psicológico da população brasileira, nos comentários no perfil oficial da empresa no Facebook, é possível observar um forte sentimento de comoção e, principalmente, de cobrança em relação a atitudes quanto aos animais perdidos na região do acidente.

Analisando a condição de finalidade correspondente aos dados externos, entende-se, por meio da análise do pronunciamento do presidente, que a estratégia visada é informativa e de fazer sentir (CHARAUDEAU, 2009, p.69). Ora, essa análise ocorre uma vez que, primeiramente, Fábio evidencia a “lista infindável de ações que foram tomadas” com a finalidade de garantir segurança às barragens e também com a intenção de fazer o “possível e o impossível para ajudar as pessoas que foram atingidas”. Em um segundo momento, observa-se a questão do fazer sentir, uma vez que Fábio evidencia, ao longo de seu pronunciamento, seu sentimento de solidariedade por meio do uso de palavras como “pesar”, “sofrimento”, “tristeza”, “dor”, entre outras.

Ademais, Charaudeau afirma também que é essencial à análise pathêmica de um discurso que ela se concentre no propósito ou na temática abordada a partir de um contrato comunicacional. Com isso, o propósito resgata a necessidade de estudo sobre a temática abordada que pode ser desmembrada em macrotemas e microtemas. Analisando a fala de Fábio, observa-se que o macrotema é o rompimento da barragem de Brumadinho e podemos considerar que o microtema é a dor e o pesar pelo acidente ocorrido.

Ainda dentro da análise de dados externos, Charaudeau demonstra a importância de se considerar a condição do dispositivo comunicacional utilizado. Dentro do pronunciamento analisado, observa-se que o dispositivo escolhido pelo time de comunicação para a transmissão da mensagem foi um vídeo (micro-dispositivo) disseminado via rede social Facebook.com (macro-dispositivo).

O autor também coloca a questão de se verificar o ato de locução que se define por uma licença ou um ato de permissão que é consentido ao locutor para se pronunciar. “O espaço de locução é aquele no qual o sujeito falante deve resolver o problema da ‘tomada da

palavra””(CHARAUDEAU, 2009, p. 71). Assim, levando-se em consideração que a veiculação do vídeo ocorrera via página oficial da Vale no Facebook, entende-se que apropriação da palavra ocorre de modo consentido, mesmo que a instância da recepção não seja favorável, uma vez que há inúmeros comentários negativos sobre a publicação no perfil.

Charaudeau também afirma que todo e qualquer ato discursivo é composto por um espaço de relação organizado a partir da conscientização e da formulação da identidade do locutor e do interlocutor e pode ser definido como entre três pilares antagônicos - força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com o interlocutor. (CHARAUDEAU, 2009, p. 71). Nesse sentido, observa-se que o pronunciamento analisado localiza-se na zona de aliança e convivência com o interlocutor, uma vez que o discurso em inúmeros momentos enfatiza o pesar, a solidariedade e a dor pelo acidente.

Ademais, Charaudeau delimita que em todo ato discursivo há também um espaço destinado ao posicionamento do interlocutor que intervêm e organiza toda a dimensão temática incluída no discurso. Ora, não se trata de apenas abordar um assunto, mas sim de opinar e se colocar em relação a ele, de modo que ocorra também uma abordagem ordenada do conteúdo discursado. Assim, a temática da fala de Fábio pode estar inscrita na temática do pesar e da demonstração do sentimento de dor pelo acidente ocorrido.

Charaudeau ainda propõe em seu modelo de análise o olhar sobre os universos de saber partilhado que orbitam uma zona de explicação do mundo que se origina a partir de valorizações próprias do interlocutor e também se distanciam do saber de conhecimento, uma vez que não são determinadas a partir da objetividade. Conforme Charaudeau (2010, p. 29) demonstra, “trata-se de um saber de crença que se opõe a um saber de conhecimento, o qual se baseia em critérios de verdade exteriores ao sujeito”. Nesse sentido, alguns dos saberes de crença que são movimentados na fala de Fábio são o imaginário da dor enquanto espaço de solidariedade e compaixão e o pesar como lugar da representação subjetiva de uma empresa feita de gente que sente como a gente. Esses imaginários podem ser percebidos por meio da ênfase na dor e na solidariedade com as pessoas atingidas pelo acidente e pela construção imagética e retórica do pesar que é transparecido por meio do uso da primeira pessoa, em um tom quase que confessional.

Por fim, sobre a estratégia enunciativa do pronunciamento de Fábio sobre o acidente em Brumadinho, a partir da determinação do contrato de comunicação que passa pelo processo de

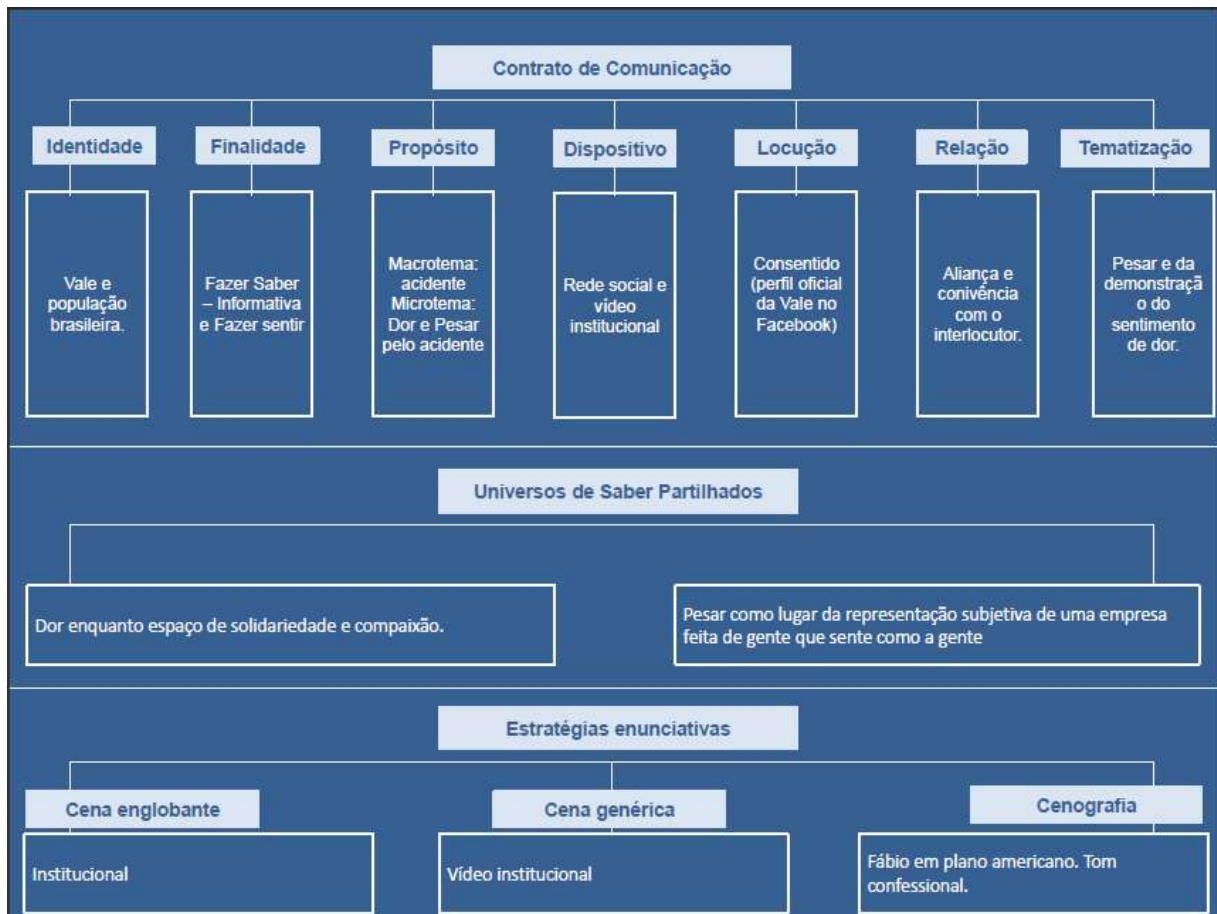
definição e de aceitação do interlocutor enquanto agente do processo discursivo, há também a delimitação das cenas enunciativas nas quais o sujeito interpretante é também participante ativo. E, com isso, é possível tratar de três cenas da enunciação – cena englobante, cena genérica e cenografia. A primeira delas corresponde à interpretação do tipo de discurso enunciado que pode ser de ordem política, publicitária, religiosa e etc. Com isso, percebe-se que, por mais que ocorra um tom confessional, o vídeo está localizado no perfil oficial da empresa no facebook, ou seja, é possível inferir que trata-se de um discurso institucional.

Já a segunda cena (genérica) trata do gênero do discurso, um fator determinante para a interpretação dos enunciados. Esse fenômeno torna-se um pouco mais evidente quando pensamos que não interpretamos uma informação da mesma maneira se, ora, ela nos for apresentada em um comercial de tv, ora, em um telejornal. Assim, do mesmo modo que na cena englobante, o pronunciamento de Fábio, trata-se de um vídeo institucional.

Ademais, a cenografia trata, primeiramente, de uma legitimação via construção de uma cena. Ora, nenhuma ambientação, seleção de vestimenta ou projeção do corpo e da voz de um enunciador é aleatória, todas são, mesmo que de modo não consciente, previamente constituídas e visam a algum efeito no sujeito interpretante, seja de credibilidade ou de emoção. Nesse sentido, observa-se que a cenografia possui como finalidade a credibilidade e é construída a partir de Fábio em primeiro plano, uma estratégia que, novamente, enfatiza o tom confessional da ação.

Abaixo é possível observar o quadro resumo da análise do discurso do pronunciamento oficial da Vale sobre o acidente em Brumadinho.

**Figura N.3 Quadro resumo da análise do discurso do pronunciamento oficial da Vale sobre o acidente em Brumadinho**



Fonte: elaborado pela autora

### Considerações Finais

O presente artigo teve como objetivo contribuir com o aprofundamento do estudo das emoções dentro do campo da comunicação organizacional e das relações-públicas e problematizar sobre como as emoções, no discurso organizacional, são utilizadas de modo intencional e estratégico em um caso recente de repercussão intensa. Assim, foi possível analisar a inseparabilidade entre discurso e emoções e estudar a terminologia desenvolvida pelo linguista francês, Patrick Charaudeau.

Nesse sentido, acrescenta-se o olhar da análise do discurso aplicado sobre a ação de comunicação da mineradora Vale a partir do rompimento da barragem de Brumadinho (MG) e destaca que, entre os atributos analisados, salta a questão da cenografia utilizada em tom confessional de Fábio falando sobre seus sentimentos quando soube do acidente. Por fim,

acrescenta-se que outra possibilidade de caminho teórico metodológico de aplicação da perspectiva dos efeitos pathêmicos do discurso sobre casos de repercussão intensa seja uma possível comparação entre as medidas de comunicação adotadas pela Vale para a comunicação do acidente ocorrido em Mariana, em 2015, e o mais recente, de Brumadinho.

Ainda, neste trabalho, acrescenta-se o lamento da pesquisadora enquanto brasileira por essa grande tragédia e demonstra-se a intenção de garantir que esse trabalho seja um singelo tributo a todas as vítimas e familiares de vítimas deste triste desastre.

## Referências

AGENCIABRASIL.COM. In. **Agenciabrasil.com.** Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-02/numero-de-mortes-identificadas-em-brumadinho-chega-151>>, acesso em : 05 de fevereiro de 2019.

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional**. Vol. 1. Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Editora Saraiva, 2009b, p135-164.

BALDISSERA, Rudimar; SÓLIO, Marlene Branca. Relações Públicas – Processo Histórico e Complexidade. In. **Conexão – Comunicação e Cultura**. Caxias do Sul: [S/ed], 2005.

BRUMADINHO.VALE.COM. In. **Brumadinho.vale.com.** Disponível em <[http://brumadinho.vale.com/?utm\\_source=Google&utm\\_medium=CPC&utm\\_campaign=2019|Search|BarragemBrumadinho&utm\\_content=Link1](http://brumadinho.vale.com/?utm_source=Google&utm_medium=CPC&utm_campaign=2019|Search|BarragemBrumadinho&utm_content=Link1)>, acesso em : 05 de fevereiro de 2019.

CHARAUDEAU, P. Une problématique discursive de l'émotion. A propos des effets de pathémisation à la télévision. In. Plantin; Doury; Traverso. **Les émotions dans les interactions**. Lyon: Presses Universitaires de Lyon. 2000.

CHARAUDEAU, P. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In. MENDES, E; MACHADO I. **As emoções no discurso**. Campinas, São Paulo: Mercado de letras, 2010.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

FACEBOOK.COM/VALENOBRASIL. In. **Facebook.Com/Valenobrasil**. Disponível em <<https://www.facebook.com/valenobrasil/videos/2613823615324907/>>, acesso em : 05 de fevereiro de 2019.

FIORIN, J. L. **Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Ática, 2007.

FREITAS, S; GARCIA, M. Comunicação e Paixão nas Organizações. In. **Organicom**. N. 9. São Paulo:[S/ed.], 2008. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom>> . Acesso em 14 de abril de 2016.

GOOGLE.COM. In. **Google.Com**. Disponível em <Google.Com>, acesso em : 05 de fevereiro de 2019.

GODOI, Elena e RIBEIRO, Anely. A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, volume 2. São Paulo:Saraiva, 2009, p. 159-188.

G1.GLOBO.COM. In. **G1.globo.com**. Disponível em <<https://g1.globo.com/mg/centro-oeste/noticia/2019/01/25/municipios-banhados-pelo-rio-paraopeba-monitoram-possiveis-impactos-do-rompimento-de-barragem-em-brumadinho.ghtml>>, acesso em: 5 de fevereiro de 2019.

G1.GLOBO.COM. In. **G1.globo.com**. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/vale-registra-lucro-de-r-789-bilhoes-no-primeiro-trimestre.ghtml>>, acesso em: 5 de fevereiro de 2019.

HALLIDAY, M. T. Discurso Organizacional: uma abordagem retórica. In. KUNSCH, M. **Comunicação organizacional**. Linguagem, gestão e perspectivas. V. II. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

IBGE.COM.BR. In. IBGE.COM.BR. Disponível em: <[Ibge.com.br](http://ibge.com.br)>, acesso em 5 de fevereiro de 2019.

LYSARDO-DIAS, D. Estereótipos e Emoção: Empatia no Gênero Proverbial. In. MENDES, E; MACHADO, I. **As Emoções no Discurso**. São Paulo: Mercado de Letras, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Editora Cortez, 2013.

MAINGUENEAU, D. **Cenas da Enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. São Paulo: Pontes, 1993.

MAINGUENEAU, D. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo horizonte: Editora UFMG, 1998.

REEVE, Johnmarshall. **Motivação e Emoção**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

OLIVEIRA, E. C. Chaim Perelman: **direito, retórica e teoria da argumentação**. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2004.

OLIVEIRA, J. Os Sentidos da Linguagem. In. **Organicom**. N. 9. São Paulo:[S/ed.], 2008. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom>> . Acesso em 14 de abril de 2016.

ORIGEMDAPALAVRA.COM. In. **Origemdapalavra.com.br**. Disponível em <<http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/comunicacao/>>, acesso em: 04 de abril de 2016.

SIMÕES, R. P. **Relações Públicas**: função política. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

TRENDS.GOOGLE.COM. In. **Trends.google.com**. Disponível em <<https://trends.google.com/trends/?geo=US>> , acesso em: 05 de fevereiro de 2019.