



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022  
ISSN 2177-3866

## **RECONFIGURAÇÃO DOS PROCESSOS ORGANIZACIONAIS A PARTIR DE COMENTÁRIOS NAS REDES SOCIAIS**

**PEDRO HENRIQUE DIEHL CABRAL**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)

**JOSELICE SIEBRA MACEU**

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)

**ARIEL BEHR**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)

## RECONFIGURAÇÃO DOS PROCESSOS ORGANIZACIONAIS A PARTIR DE COMENTÁRIOS NAS REDES SOCIAIS

### Introdução

O uso da internet avançou fortemente na última década, dentro dela, a utilização de redes sociais aumentou de forma ainda mais expressiva. Nesse contexto também organizações começaram a utilizar as redes sociais, por exemplo, como ferramenta de marketing. Todavia, as organizações ficaram expostas a avaliações e pressões de seus stakeholders de forma pública através de comentários nas redes. Com isso, pressões de responsabilização atingem as organizações de forma inesperada, provocando reconfigurações em seus processos.

### Problema de Pesquisa e Objetivo

O problema de pesquisa que este estudo aborda é como as empresas públicas brasileiras prestadoras de serviço reagem às pressões por responsabilidade geradas por seus stakeholders no contexto das redes sociais? Enquanto o objetivo foi verificar como os processos organizacionais das empresas públicas brasileiras são reconfigurados em razão dos comentários postados pelos usuários (stakeholders) dos serviços nas redes sociais das empresas.

### Fundamentação Teórica

Discute-se na literatura que as repostas organizacionais às pressões por responsabilidade ocorrem de forma estrutural e retórica. Ambas apresentam como objetivo modificar as estruturas da organização de modo que se tronem alinhadas às demandas de seus stakeholders, gerando uma reatividade convergente de processos. No contexto das redes sociais, porém, as organizações são pressionadas a agir de forma tempestiva, ocasionando reações difusas fora dos processos estabelecidos, denominadas reatividade difrativa.

### Metodologia

Foi elaborado um estudo qualitativo e descritivo, sendo os dados coletados a partir de uma rede social de empresa pública prestadora de serviços de transporte, bem como através de entrevista realizada com o gerente de Comunicação da empresa. Os dados foram classificados e avaliados segundo as reatividades difrativas identificadas em estudos anteriores e quatro novas reatividades difrativas identificadas.

### Análise dos Resultados

Entre os resultados, destaca-se que postagens relacionadas a atividade fim da empresa (institucionais) repercutiram em comentários majoritariamente negativos, enquanto postagens não-institucionais ocorreu maioria de comentários positivos. Foi percebido que a empresa sofreu com os efeitos de reatividade difrativa, e, como consequência, novos processos foram desenhados, os quais seguem insipientes. Outra consequência revelou-se no reforço de processos já existentes.

### Conclusão

Esse estudo somou quatro novas reatividades difrativas às identificadas em estudos anteriores e identificou a ocorrência delas em empresa brasileira do setor público. Foi identificado que as pressões dos usuários dos serviços, exercitadas através de comentários em rede social, repercutem em reatividade difrativa por parte da empresa, que internaliza essas reações dispersas, tornando-as reatividade convergente. Entre esses dois momentos, os processos desenvolvidos pela empresa podem ser considerados exploratórios, e visam acomodar as pressões originadas nas redes sociais.

### **Referências Bibliográficas**

KARUNAKARAN, Arvind; ORLIKOWSKI, Wanda J.; SCOTT, Susan V. Crowd-based accountability: Examining how social media commentary reconfigures organizational accountability. *Organization Science*, v. 33, n. 1, p. 170-193, 2022. LEONARDI, Paul M.; VAAST, Emmanuelle. Social media and their affordances for organizing: A review and agenda for research. *Academy of Management Annals*, v. 11, n. 1, p. 150-188, 2017. ORLIKOWSKI, Wanda J.; SCOTT, Susan V. What happens when evaluation goes online? Exploring apparatuses of valuation in the travel sector. *Organization Science*, v. 25, n. 3, p. 868-891, 2014.