



Comunicação organizacional na ambiência da midiatização – Imagem-síntese da Petrobras após a tempestade perfeita¹ Organizational communication in the context of mediatization - Petrobras' synthesis image after the perfect storm

Mylene Ferreira²

Palavras-chave: midiatização; circulação; imagem; Petrobras.

Com o paradigma do olhar indiciário (BRAGA, 2008), este trabalho se propõe a observar uma força comunicativa que faz girar um intenso processo circulatório de sentidos (VERÓN, 2004 e FERREIRA, 2013), que envolve o objeto em questão, a Petrobras no pós-Lava Jato, operação da Polícia Federal deflagrada em 2014.

O horizonte da pesquisa vai até 2017, um período em que a circulação discursiva midiática ganha cada vez mais dinamicidade com a sociedade em vias de midiatização (BRAGA, 2006 e FAUSTO NETO, 2006). Neste contexto, em especial, a comunicação organizacional, enfrenta uma crescente complexidade dentro de uma ambiência que se configura como uma nova forma de ser no mundo (GOMES, 2017).

Assim, o objetivo, aqui, é avançar na compreensão de como se dá a produção de sentido nessa nova ambiência, tendo a comunicação organizacional como instância que busca sintetizar as associações significativas acerca da instituição e direcionar os discursos para os encaminhamentos estratégicos estabelecidos. O movimento feito pela

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Linha de Pesquisa: Mediatização e Processos Sociais. mylene.ferreira@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

comunicação organizacional, ao retroalimentar a circulação, permite observar os traços de construção e tentativas de influenciar imaginários sociais profundos.

Ao tomar a Petrobras como objeto, por conta da intensa exposição de sentidos a seu respeito até o final de 2017, observa-se um jogo de sentidos entre as citações em meios e interfaces na internet sobre a empresa e as relações com os discursos da própria organização para apresentar suas versões de enfrentamento e superação da crise.

Nos materiais analisados, destaca-se uma expressão que parece sintetizar o momento desse jogo: a “Tempestade Perfeita”. Uma expressão que acaba por se tornar uma metáfora da crise e sua imagem-síntese (ROSA, 2014).

Seguindo a expressão, na “Tempestade Perfeita” encontramos um fluxo de sentidos adiante (BRAGA, 2012) em operação na circulação midiática, que apesar de abstrata, oferece materialidades que demonstram diferentes atores e instituições em dispositivos interacionais mediatizados (FERREIRA, 2016), atuando para dar sentido aos fatos, debatendo e coproduzindo representações para a empresa.

Nessa perspectiva, a sociedade é um espaço de produção e troca de informações. E, a partir destas condições, visões de mundo são expostas e novas inteligibilidades são estabelecidas e atualizadas com o uso das lógicas dos meios, compondo uma verdadeira cultura midiática (FAUSTO NETO, 2008) caracterizada, entre outros pontos, pela incidência das tecnologias no dia a dia, em especial, com uma acentuada convergência de fatores sociotecnológicos alterando, de maneira heterogênea, a forma como as pessoas interagem e significam suas vidas:

A convergência de fatores sócio-tecnológicos, disseminados na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais produziu, sobretudo nas últimas três décadas, profundas e complexas alterações na constituição societária, nas suas formas de vida, e suas interações. Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda a extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. (FAUSTO NETO, 2008, p. 92)



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Seguindo os discursos sobre a Petrobras, referenciados pela expressão “Tempestade Perfeita”, refletiremos sobre a articulação e a utilização de protocolos técnicos acionados pela sociedade num sentido interacional (BRAGA, 2012).

Os indícios encontrados na circulação midiática já apontam para o estabelecimento de uma relação de valor (ROSA, 2015), onde os significados vão sendo propostos, afirmados, enriquecidos com novos elementos, discutidos, endossados ou rejeitados, um processo de circulação em que alguns sentidos acabam ganhando mais visibilidade que outros.

O mergulho no empírico, ainda que inicial, tem reforçado a hipótese de que a crise de imagem e reputação da Petrobras, com a Lava Jato, forçou a empresa a ajustar seu discurso, gerando um novo posicionamento como forma de atualização da sua imagem. Com sucessivas tentativas de controle da imagem institucional, via comunicação organizacional, observa-se que a companhia atua e enfrenta a circulação midiática durante e após a crise. Porém, paradoxalmente, apesar de a empresa acolher sentidos propostos por atores diversos que debatem sobre sua crise, a Petrobras não abandona totalmente sua simbólica fundacional

Nas materialidades estudadas, chama a atenção que as associações de sentido observadas buscam novas inteligibilidades, mas, ainda, utilizando aspectos presentes na história da companhia desde a sua fundação. Tais associações de sentido tentam afetar e atualizar o imaginário social que envolve a empresa.

Procurando entender esse complexo processo circulatório de significações, são focalizadas as transformações de sentidos na dinâmica da circulação discursiva midiática. Um espaço que, para além de um fenômeno naturalizado - em que a circulação de discursos aconteceria de forma automática e neutra - se torna cada vez mais um lugar de embates (FAUSTO NETO, 2013) e de construções, não mais como espaço/atividade de passagem, mas como zona protagonista que traz uma maior complexidade ao processo, principalmente em se tratando de comunicação organizacional.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

A reafirmação de sentidos e suas associações, com agregação e deslocamento de valores simbólicos históricos, parecem anunciar uma tentativa de deslocamento mítico (BARTHES, 2001) de uma organização protagonista e “símbolo nacional”. Nossa proposta aqui, portanto, é refletir sobre mais um aspecto na disputa por estabilização de sentidos (VERÓN, 2014).

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: 11ª ed., Editora Bertrand Brasil, 2001.
BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta Sua Mídia: Dispositivos Sociais de Crítica Midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Comunicação, disciplina indiciária**. In: Revista Matrizes. Vol. 1. Nº 02, abril de 2008. Disponível em <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143017353004>.

_____. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Org.) **Mediação e mediatização**: 1. ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012.

_____; FAUSTO NETO, Antônio; FERREIRA, Jairo; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. 1ª ed. São Leopoldo: Unisinos, 2013, v. I.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mediatização, prática social: prática de sentido**. Encontro da rede PROSUL: Seminário sobre Mediatização, Unisinos, São Leopoldo/RS, 2006.

_____. **Fragmentos de uma analítica da mediatização**. In: Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

FERREIRA, Jairo. **A Pólis que se faz em processos midiáticos**: proposições sobre a política na perspectiva da mediatização. Paper de circulação interna, PPGCC – Unisinos, 2016.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos Meios à Mediatização - Um Conceito em Evolução**. São Leopoldo: Unisinos, 2017.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

ROSA, Ana. **Imagens-totens em circulação**: a chancela jornalística no caso Michael Jackson. In: Revista E-Compos. Vol 17, nº 2, 2014. Disponível em <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/1052>.

_____. **Atentados em looping**: uma palavra que aciona uma imagem. In: Revista Famecos, vol. 22, n. 4, 2015.

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

_____. **Teoria da Midiatização**: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. Matrizes. Vol. 8.n.1.ECA-USP, São Paulo: 2014. Disponível em <http://www.redalyc.org/html/1430/143031143002/index.html>.