

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE

CARMELINDA ORTIZ DOS SANTOS

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA DISEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES: ANÁLISE DO
CASO DE PASADENA**

CURITIBA

2014

CARMELINDA ORTIZ DOS SANTOS

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA DISEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES: ANÁLISE DO
CASO DE PASADENA**

Trabalho de Conclusão do Curso de pós-graduação apresentado à disciplina de Metodologia de Pesquisa Científica do Curso de Controladoria da UFPR – Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de especialista em Controladoria.

Orientadora: Prof. Mayla Cristina Costa

CURITIBA

2014

SUMARIO

RESUMO	4
ABSTRACT	5
1 INTRODUÇÃO	6
1.1 PROBLEMA	7
1.2 OBJETIVOS.....	8
1.2.1 Objetivo Geral	8
1.2.2 Objetivos Específicos	8
1.3 JUSTIFICATIVA TEORICA E PRÁTICA	8
2 QUADRO TEORICO	10
2.1 ANÁLISE DE DISCURSO	10
2.2 INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA SOCIEDADE	16
2.3 DISCURSOS NAS ORGANIZAÇÕES.....	22
3 METODOLOGIA	27
4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	42

RESUMO

A disseminação de informações acerca da aquisição da refinaria de Pasadena, no Texas, pela empresa Petrobras, gerou polemica. Considerando o contexto relacionado ao cenário atual é analisado se existe manipulação da mídia na disseminação de informações do caso de Pasadena. Além de análise, procede a verificação de matérias de mídia jornalística, visando padrões similares adotados pelas mídias contidas na amostra de matérias midiáticas.

Dentro deste contexto, este trabalho apresenta um estudo de caso, com base nos conceitos de análise de discurso e mídia são abordados os referidos conceitos. Por meio de uma metodologia qualitativa foram selecionadas três mídias com maior incidência de publicações, sendo eles Jornal o Globo, Folha de São Paulo e Valor econômico. Os dois primeiro apresentam uma forma similar de conduzir as reportagens, entretanto o valor econômico se difere um pouco deles, devido ter um estilo de publicar matérias técnica que possibilita suporte para profissionais.

Palavras-chave: Pasadena, Discurso e Mídia.

ABSTRACT

The dissemination of information about the acquisition of the refinery in Pasadena, Texas, the company Petrobras, generated controversy. Considering the present scenario related to the context is analyzed whether there is manipulation of the media in disseminating information to the case of Pasadena. In addition to analysis, verification proceeds materials of news media in order to identify similar patterns adopted by the media contained in the sample media materials.

Within this context, this paper presents a case study, based on the concepts of analysis of speech and media are addressed is those concepts. Through a qualitative methodology three media with higher incidence of publications, namely the Journal Globo, Folha de São Paulo and economic value were selected. The first two have a similar shape to drive the stories, though the economic value differs slightly from them due to have a style of publishing technical materials that enables support professionals.

Keywords: Pasadena, Speech and Media.

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade considerada democrática observa-se que cada vez mais a mídia pode influenciar algum tipo de mudança na sociedade. Com base nas ideias de Fairclough (1995, p. 52) pressupõe-se que textos de meios de comunicação constituem um barômetro sensível para mudança sociocultural, e eles devem ser vistos como material valioso para se pesquisar mudança. Nesse sentido, as mudanças na sociedade e na cultura se manifestam em sua natureza experimental, incompleta e contraditória justamente nas mudanças heterogêneas captadas nas práticas.

A partir desse pressuposto, observa-se um escândalo divulgado na mídia, escândalo este que envolve a compra de uma refinaria no Texas. Esta refinaria foi comprada pela Petrobras, considerando que a Petrobras é uma sociedade anônima de capital aberto, cujo acionista majoritário é o governo brasileiro, suas atividades econômicas são nos seguintes setores: exploração e produção, refino, comercialização, transporte, petroquímica, distribuição de derivados, gás natural, energia elétrica, gás-química e biocombustíveis.

Com base nas descrições supracitadas, pode se considerar a importante atuação que a Petrobras exerce, por ser uma S.A com capital aberto (acionista principal o governo) e atuar em um mercado de com grande representatividade econômica mundial. Entretanto atualmente sua legitimidade esta sendo colocada em cheque, isto está ocorrendo devido ao escalo que também é conhecido como: o Caso de Pasadena, que em síntese, o fato pode ser exposto: segundo reportagem do Jornal O Globo (Entenda a polêmica da compra da refinaria de Pasadena pela Petrobras: 23/03/14), a Petrobras pagou US\$ 360 milhões por 50% da refinaria (US\$ 190 milhões pelos papéis e US\$ 170 milhões pelo petróleo que estava em Pasadena). Em 2008, a Petrobras e a Astra Oil se desentenderam e uma decisão judicial e obrigou a estatal brasileira a comprar a parte que pertencia à empresa belga. Assim, a aquisição da refinaria de Pasadena acabou custando US\$ 1,18 bilhão à petroleira nacional.

Devido às suspeitas de superfaturamento e evasão de divisas na negociação, foram abertas investigações em 2013. Estas investigações envolveram os órgãos:

Tribunal de Contas da União (TCU), Polícia Federal e Ministério Público. Apesar das investigações serem iniciadas no ano anterior, em nosso cotidiano nos últimos meses está sendo divulgadas diariamente muitas notícias acerca do Caso de Pasadena. Uma suposição para a quantidade de notícias pode estar relacionado ao momento em que estamos, ou seja, estamos em ano eleitoral, bem como, é provável que a sociedade brasileira esteja passando por processo de mudança de pensamento ao que se refere à política.

A partir deste contexto, serão levantados materiais de mídia para análise e realização da presente pesquisa, que contará também com o suporte de ferramenta utilizada neste tipo de pesquisa, bem como a metodologia empregada de análise de discurso irão contribuir para atingir a finalidade que é responder a questão de pesquisa.

1.1 PROBLEMA

A compra da refinaria de Pasadena, no Texas, pela Petrobras foi criticada positivamente e negativamente pela mídia, inclusive para este trabalho foram coletados 206 publicações de jornais.

No entanto, é importante considerar que estamos em um ano eleitoral, o Brasil esta sendo sede da copa do mundo e isto pode por gerar por parte da classe politica oportunismos da oposição para campanha eleitoral, mas estes fatos podem despertar questionamentos por parte da população quanto à administração do dinheiro público.

Diante do problema exposto, **de que maneira há manipulação da população por parte da mídia, sendo ela responsável pela mudança de comportamento da sociedade ou de que maneira as informações disseminadas pela mídia são puramente técnicas, sem pretensão de influenciar a população quanto a algum posicionamento político, social e econômico?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste trabalho consiste em analisar de maneira há manipulação da população por parte da mídia, sendo ela responsável pela mudança de comportamento da sociedade ou de que maneira as informações disseminadas pela mídia são puramente técnicas, sem pretensão de influenciar a população quanto a algum posicionamento político, social e econômico. Ou seja, verificar a construção do discurso por meio de informações disponibilizadas pela mídia sobre o Caso de Pasadena.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Coletar e mapear dados relativos a artigo e reportagens que abordam a compra da refinaria de Pasadena.
- b) Verificar se existem aspectos, característica e padrões similares por parte de diferentes canais de veiculação de informações referente ao tema do estudo.
- c) Analisar qual a influência da mídia na formação da opinião da sociedade.

1.3 JUSTIFICATIVA TEORICA E PRÁTICA

Considerando o Cenário político, econômico e social do Brasil, alguns eventos merecem destaque por contribuírem de certa forma com a escolha do tema deste trabalho. Eventos estes, como: Copa do mundo, ano eleitoral e o crescimento da inflação, justificam em partes a escolha, pois devido a estes acontecimentos houve um maior envolvimento da população com o meio onde ela está inserida o que acarretou em demonstração de insatisfações política econômicas e sociais a fim de defender seus interesses.

A justificativa da outra parte da escolha pode ser exposta, pelo que tange o ano eleitoral, pois se observa que a população está se tornando cada vez mais critica e criteriosa quanto suas análises e escolhas. Devido a isto, acredita-se que a metodologia de análise de discurso, que será empregada neste trabalho, poderá contribuir na formação da opinião critica dos indivíduos.

Dentro desta ótica, será analisado discursivamente o caso de Pasadena, com uma grande preocupação em atender a metodologia e a teoria já existente. Sendo assim por um ponto de vista sociológico, podemos definir discurso como qualquer prática pelo qual os sujeitos dão sentido à realidade (Ruiz Ruiz, 2009). Dentro dessa concepção sociológica, o discurso apresenta uma diversidade de formas muito ampla, nas quais quaisquer práticas sociais podem ser analisadas discursivamente.

Na concepção de Brandão, 1990, pg. 12, a linguagem enquanto discurso, pode ser definida como a “interação e um modo de produção, ela não é neutra, inocente e nem natural, por isto o lugar privilegiado para manifestação de ideologia”.

Já para Iñiguez (2004b), o discurso tornou-se objeto de análise, por ser utilizado para em debates e nas ciências sociais, por três motivos: por exercer influência sobre o conjunto das 74 ciências sociais e humanas; por proporcionar transformação da linguística para análise do uso da linguagem nos vários contextos relacionais e de comunicação e também por considerar a relevância que os meios de comunicação adquiriram, destacando as novas tecnologias de comunicação, ocasionando na constituição, manutenção e desenvolvimento das sociedades.

Além da análise de discurso, será relevante considerar o papel da mídia na disseminação da informação.

2 QUADRO TEORICO

2.1 ANÁLISE DE DISCURSO

A análise de discurso, conceito este muito discutido por vários estudiosos, que proporcionou uma contribuição extraordinária para as análises de contextos sociais, inseridos em vários campos do conhecimento, isto principalmente porque a AD considera os contextos sociais, conforme cita Cabral, a análise de discurso “pode demonstrar que aquilo que é lido não é a realidade, mas apenas um relato da realidade propositadamente construído de um determinado modo, por um determinado sujeito” (CABRAL, 2005, p. 61).

Quando se fala no conceito de análise de discurso também é importante mencionar que contamos com várias literaturas que abordam os conceitos de análise de discurso, devido a isto pode se dizer que para as teorias e metodologias estratégica não há um definição unívoca do que é discurso, conforme cita Possenti (2001), o conceito de discurso não é dado, pois muitos pesquisadores referem-se a coisas distintas quando aludem ao conceito (GARAY; IÑIGUEZ; MARTINEZ, 2001). Muito pelo contrario da limitação a um único conceito a diversidade contribui para a riqueza do conceito.

No entanto, antes de expor os conceitos de AD, é pertinente citar que a análise de discurso apresenta uma relação próxima à linguagem, pois “A linguagem é sem dúvida, o mais poderoso e eficaz sistema de comunicação – o atributo mais tipicamente humano e universalmente reconhecido como único do homem” (BITTI; ZANI, 1993, p. 93). A consciência de que a linguagem “não é apenas um recurso instrumental de troca de informação e de comunicação” (CORNELSEN, 2009, p. 23).

De acordo com Fairchouh (1995), o discurso é uma forma do uso da linguagem, presente num contexto social mais amplo (sistema social), onde existe uma preocupação em entender como são acessadas as questões de gênero social presente neste contexto. Sendo importante considerar o aspecto interacional cotidiano (o qual preserva a dimensão funcional da linguagem), quanto o aspecto social-construtivista da realidade, devido ao fato de em todo discurso estar contemplada tanto uma forma de saber quanto um conjunto de relações de poder e de dominação, privilegiando um discurso a outros, silenciando outros, etc.

Para Brandão, 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 de ideologia” (BRANDÃO, 1990, p. 12).

Na concepção de Iñiguez (2004a, p. 53), a AD, possibilitou a análise dos processos sociais. Tendo início como um método, ou seja, é “uma aplicação dos conhecimentos sobre a linguagem à investigação de processos sociais” (IÑIGUEZ, 2004a, p. 97).

Pode se destacar que a contribuição da linguagem para o discurso, foi marcada pela virada linguística, fenômeno este que possibilitou da ação científica como prática social e assim proporcionou à ciência social um embasamento epistemológico não representacionista. Neste contexto a AD pode ser interpretada tanto uma consequência como uma manifestação da guinada linguística ocorrida nas artes, humanidades e ciências sociais (GRACIA, 2004; GILL, 2002). Ela teve seu despertar de maneira mais representativa pouco mais de algumas décadas, como uma nova tendência linguística, conforme cita Bunge (1993):

[...] novas orientações vem surgindo na sociologia da ciência. Apesar de vários estilos respectivos representarem múltiplas diferenças, no entanto, estão a aderir a uma série de dogmas compartilhados. Trata-se do externalismo, a tese segundo a qual o conteúdo conceitual é determinado pela estrutura social, o construtivismo ou subjetivismo, no qual o investigador, não só constrói a sua própria versão dos acontecimentos, mas também os fatos em si e, eventualmente, no mundo inteiro; o relativismo, para o qual não existem verdades objetivas e universais; o pragmatismo, que enfatiza a ação e a interação em detrimento das ideias e identifica a ciência com a tecnologia; ordinarismo, que reduz investigação científica a pura transpiração sem inspiração, recusando-se a reconhecer o estatuto especial de ciência e distingui-la da ideologia, da pseudociência e até mesmo anti-ciência; a adoção de doutrinas psicológicas obsoletas, como o behaviorismo e a psicanálise, e a substituição do positivismo, e racionalismo e outras filosofias clássicas por muitas filosofias científicas e até mesmo não-científicas, como filosofia linguística, a fenomenologia, o existencialismo, a hermenêutica, a teoria crítica, o pós-estruturalismo, o desconstrutivismo, ou na escola francesa semiótica, conforme o caso (BUNGE, 1993, p. 17).

Neste mesmo contexto, observa-se que origem dos estudos de análise de Discurso, a episteme, se dá por meio de influências de algumas áreas do conhecimento científico (FERNANDES, 2008); campos disciplinares articulados para a constituição teórica e atravessados por meio de uma teoria subjetiva de ordem

psicanalista, proporcionando o inconsciente para o interior das suas reflexões (GREGOLIN, 2003b). Destacando-se de três campos do conhecimento: Psicanálise, Linguística e Marxismo-, “não o é de modo servil e trabalha uma noção – a de discurso – que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise”, manifesta-se Orlandi (2009, p. 20).

Numa visão histórica, somente após 1960 que ocorreram estudos de textos em sua materialidade linguística, como por exemplo, a obra de M. Breál sobre semântica histórica (ORLANDI, 2009.). No século seguinte, por volta de 1920 e 1930, houve a contribuição dos russos e no ano de 1950 os americanos que contribuíram com teoria. Nesse sentido, surgiram duas linhas, sendo que uma linha composta pela pesquisa dos formalistas russos e outra pelos trabalhos do estruturalista americano, Zellig Harris. Tais contribuições, “apontam para a diferença de perspectiva que vai marcar uma postura teórica de análise de discurso de linha mais americana, de outra mais europeia” (Brandão, 1990, p.15).

Para os formalistas, existia uma lógica interna do texto, não configurando uma análise de conteúdo. Diferentemente desta, a AD “considera que a linguagem não é transparente. Desse modo, ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado” (ORLANDI, 2009, p. 17). Segundo este autor “ela [AD] produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade” (ORLANDI, 2009, p. 18).

Já para os estruturalistas, conforme cita o americano Zellig Harris (1952) em uma análise de discurso é possível ir além das análises confinadas meramente à frase, estendendo procedimentos de seu método distribucional americano aos enunciados. Também houve contribuição significativa das pesquisas de Jakobson e Benveniste sobre enunciação nos anos 1970.

Neste mesma ótica, no que tange as tradições, alguns teóricos comentam que a Análise de Discurso pode de ser vista como método de pesquisa: “é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas”, abordam Bauer e Gaskell (2002, pg. 09).

O Autor van Dijk (1998), sintetiza e expõe as principais abordagens que constituem o estudo da análise de discurso, tais como: O Discurso como estrutura; discurso como ação e interação na sociedade; cognição e discurso e sociedade, conforme abaixo:

- a) O Discurso como estrutura: é composto por sons, ordenamento e forma, significado ou representações semânticas, estilo, retórica e superestruturas ou esquemas estruturados:

Utilizando sons e marcas visuais, coloca-se em destaca-se o modo em que a linguagem é utilizada quando se fala ou escreve, ouve ou lê discursos; examinam-se as estruturas desses sons no discurso falado, e examina-se como a pronúncia, ênfase, entonação, volume e outras propriedades contribuem para a produção de significados.

Por meio de ordenamento e forma, é o discurso se decompõe em vários níveis e dimensões. Considerando a gramática linguística se presta atenção na forma das frases, no ordenamento das palavras, frases, expressões, ou em outras propriedades sintáticas. De modo diferente da tradicional linguística, que vai além dos limites das frases, abordando os modos como as sentenças são influenciadas pelas sentenças circundantes em textos e falas.

Significado ou representações semânticas é caracterizado por meio de estudo da produção de sentidos realizada pelos usuários da linguagem, sendo um campo marcado pela psicologia e pela linguística cognitiva.

Estilo: escolhem-se palavras específicas, que constitui um tipo de discurso, ou um grupo de pertencimento, posição ou opinião de quem produz o discurso.

Retórica, procura estudar dispositivos de persuasão, estruturas presentes em todos os níveis do discurso que atraem atenção, como repetições inesperadas, ordens inversas, estruturas incompletas ou mudanças de significados.

Superestruturas ou esquemas estruturados destaca-se que nos componentes convencionais ou categorias e regras que caracterizam uma determinada ordem de discurso.

- b) Discurso como ação e interação na sociedade:

Atos de discurso, a dimensão social é enfatizada, no sentido do que fazemos quando produzimos uma afirmação significativa em algum contexto, seja esta afirmação por um ato ilocucionário, seja por meio de afirmação, por meio de uma pergunta, uma promessa ou até mesmo por uma ameaça ou uma congratulação. Tais atos de discurso precisam satisfazer certo conjunto de condições que pertencem não somente à forma de expressão (palavras, sintaxe, dentre outros) ou ao significado, mas também ao seu contexto situacional – como as intenções, conhecimentos ou opiniões de quem está proferindo o discurso. Esta forma de estudo também é comumente chamada de pragmática do discurso, que focaliza no estudo do uso da linguagem em um contexto sociocultural.

Conversações, o estudo do discurso como interação trata com vários tipos de atos sociais no momento em que ocorrem em seu contexto social e cultural.

Linguagem em uso: consideração de como os participantes e os analistas do discurso produzem sentido a partir da linguagem.

c) Cognição:

Os participantes em interações discursivas compartilham além de regras e da gramática. Sendo Para compartilhados normas, valores e regras de comunicação, bem como, representações sociais. Também, adicionalmente à cognição individual, o discurso envolve a cognição sociocultural. Para este caso é dado ênfase aos estudos nos processos que são consciente ou inconscientemente aplicados pelos usuários da linguagem na produção ou entendimento de frases, tópicos ou histórias. A análise cognitiva do discurso enfatiza o modo como os processos mentais são construtivos. A representação mental derivada da leitura de um texto, por exemplo, não é simplesmente a cópia do texto ou de seu significado. O resultado de processos de construção ou de produção de sentido que podem usar elementos do texto, considerados o que os usuários da linguagem sabem sobre o contexto, bem como elementos de crenças que já existiam antes que a comunicação começasse.

d) Discurso e sociedade,

As áreas supracitadas: forma, significado, interação e cognição. Entretanto, o contexto desempenha um papel fundamental. Apesar de não existir uma única concepção para definir ou incluir, na análise, o contexto, na atualidade não existem dúvidas quanto ao fato de que o contexto não apenas influencia o discurso, mas o

discurso pode também definir ou mudar as características do contexto. Entre os estudos que enfatizam com maior determinação o contexto, encontram-se os estudos sobre gênero, etnicidade, cultura, análise do discurso social e análise crítica do discurso.

Para alguns autores a análise de discurso pode ser classificada em níveis, conforme, menciona Alonso (1998) são três níveis, os quais são: informacional-quantitativo; estrutural-textual e social-hermenêutico.

O nível informacional quantitativo é conhecido por análise de conteúdo clássico, que tem como critério a análise da palavra. Utiliza-se de análise estatística textual, procurando quantidade e assim contribui para a análise de discurso. Neste nível a análise ocorre por meio da acumulação de palavras, a fim de encontrar um determinado sentido, que caracteriza uma análise de conteúdo, e chegamos a um primeiro nível qualitativo, por exemplo, o diferencial semântico, “excluindo de maneira total qualquer de suas possíveis dimensões pragmáticas” (ALONSO, 1998, p. 189).

Quanto à estrutura textual, que também pode ser denominado como uma análise semiótica, o parâmetro de análise se volta para a análise de texto, conforme cita Alonso (1998), devido ser considerada qualquer materialização do discurso, ou ainda um conjunto estruturado de símbolos. É a dimensão estrutural da análise discursiva, aproximando-nos muito mais de uma análise linguística do que social do texto. O texto é decomposto ao máximo, reduzido a uma série de eixos e vetores que imprimem inteligibilidade, chegando-se à estrutura geradora – análise internalista.

A estrutura é considerada como forma invariante e assim coordena as unidades básicas do próprio texto, proporcionando coerência e consistência lógica. Para Alonso (1998, p.195), seria, pois, uma análise que visa “encontrar e postular esse modelo lógico interno que outorga sentido a toda essa estrutura textual”. Neste nível é adotado uma análise mais interna que enfatiza a estrutura da língua não falada, na qual um conjunto de imagens pode ser um texto, a maneira de se vestir, etc.

Já o nível social-hermenêutico, também comentado por Alonso, (1998), os embasamentos de análise se dão em cima da Análise sociológica do discurso, neste

tipo de análise envolve o tipo de análise do conteúdo (informacional quantitativo), depois envolve o nível linguístico (estrutural-textual) e na sequência utiliza-se o nível de contextualização (social Hermenêutico). Neste nível é realizada a por da análise contextual dos argumentos, sendo analisados os contextos sociais. Sendo que nesta concepção, quanto mais se conhece o contexto, maior a riqueza de compreensão podemos obter do fenômeno analisado.

No que tange a ASD, Álvarez-Uría (2008, p. 12) a ASD menciona que este método vai além da análise de conteúdo, busca algo a mais, pois se trata de reenviar os enunciados dos discursos a suas condições sociais de produção e de sentido, por conseguinte, não se limita em saber o que se disse, mas quem, por que, onde e como disse, e o grau de verossimilitude apresentado no que se disse.

Já Alonso (1998, p. 211), comenta sobre que a análise de Discurso apresenta uma conexão com a análise crítica de discurso: “análise do discurso como análise socio-hermenêutica é uma análise pragmática do texto e da situação social – micro e macro – que a gerou”. Esta teoria tem certa linha de conexão com a Análise Crítica do Discurso (ACD), por conta da ênfase em ambos os tipos de análise em importância de dimensão pragmática da linguagem.

Em síntese, A Análise Sociológica do Discurso (ASD) e a Análise Crítica do Discurso (ACD) apresentam diversos aspectos coincidentes, semelhantes e, naturalmente, outros divergentes.

Entretanto, para Alonso (2002), a Análise Crítica do Discurso em relação a análise Sociológica de discurso é mais teoricamente abstrata e socialmente desvinculada, devido a isto se aproxima mais do pensamento filosófico do que sociológico. Segundo Ruiz Ruiz (2009): na ACD o desenvolvimento histórico da abordagem a partir de posicionamento mais próximo da psicologia social; a consideração dos efeitos pragmáticos do discurso em relação com o contexto social imediato, desconectado do contexto social mais amplo.

2.2 INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA SOCIEDADE

Nas sociedades democráticas contemporâneas a velocidade que a informação se propaga acarreta em uma espantosa quantidade de matérias,

publicações, informativos, manchetes jornalísticas, entre outros e essas informações são disseminadas por meio da mídia. Certamente, o desenvolvimento tecnológico tenha contribuído de forma considerável para a evolução da mídia, no entanto existem dois lados da “moeda”, de um lado pode-se citar a contribuição para o desenvolvimento e evolução das sociedades, este lado visto como positivo e o outro lado, a forma que as informações são disseminadas, que muitas vezes são estrategicamente veiculadas com o intuito de manipulação. Apesar do lado da manipulação ser considerado um lado negativo, este também pode ser visto como uma oportunidade para o desenvolvimento acerca dos estudos de análise de discurso.

Sendo assim, alguns autores pegaram carona com esta oportunidade e foram trabalhar em cima deste assunto. Como é o caso Max Weber, que no primeiro congresso de Sociologia em Frankfurt, ano de 1910, apresentou um projeto que visava investigar o poder da imprensa de tornar público determinados temas e questões. Este autor tinha o intuito de compreender como uma empresa capitalista e privada ocupava a posição de moldar a opinião pública. Seu objetivo, embora nunca realizado, era de descobrir quais são as consequências do fato de que o homem moderno tenha se habituado em antes de iniciar seu trabalho diário, “a alimentar-se com um cozido que lhe impõe uma espécie de caça sobre todos os campos da vida cultural, começando pela política e terminando com o teatro” (WEBER, 2002).

Embasados neste mesmo tema, Gomes propõe entender a relação entre política e comunicação partindo de três diferentes modelos: o primeiro, onde a comunicação existiria como imprensa e cumpriria função de discussão pública, representando os interesses da sociedade civil e revelando os “segredos da decisão política”; o segundo diria respeito ao momento em que a burguesia assume o “Estado e as esferas de decisão política”, quando “os órgãos de imprensa acompanham os grupos e partidos que se distribuem no espectro político”, porém, dotados de meios tecnológicos para produção e emissão de mensagens. O terceiro momento seria o da constituição da indústria da informação, da cultura e do entretenimento, em que os meios não são mais meros instrumentos ou dispositivos, mas indústrias (Gomes, 2003 p.3-9).

Saindo um pouco dos conceitos específicos de mídia e política, e indo um pouco para a mídia e o discurso: Fairclough, 1995 pg. 15-17, cita, que a análise do

uso da linguagem a partir da análise do discurso da mídia, suas distinções para com uma análise puramente textual, ou uma análise puramente linguística: a análise do uso da linguagem a partir da análise do discurso (entendido como uma forma de prática social) não desconsidera os contextos sociais, culturais, históricos de onde (e como) aquele discurso é fabricado e enunciado, possibilitando avaliações muito mais engajadas entre níveis de análise situacional (que pode ser o contexto organizacional, por exemplo), institucional e social.

Este mesmo autor comenta que a análise da linguagem presente em textos de midiáticos compreende a análise daquilo que é dito e veiculado em transmissões auditivas e televisivas, bem como daquilo que é dito e veiculado em formato impresso, como o trabalho da imprensa escrita (jornalística, de nichos de mercado, etc.).

Devido a isto, pode se considerar que a mídia desempenha papel de mediadora entre os seus leitores e a realidade: “O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta” (GREGOLIN, 2007, p. 16).

Também neste sentido, aborda seu ponto de vista sobre os jornais:

Os jornais tendem a oferecer versões de verdades às vezes opostas (embora frequentemente harmonizadoras) cada uma das quais se baseia nas reivindicações implícita e indefensável de que os eventos podem ser representados transparente e categoricamente e que perspectiva pode ser universalizada. Esse mito sustenta o trabalho ideológico da mídia, que oferece imagens e categorias para a realidade, posiciona e molda os sujeitos sociais e contribui principalmente para o controle e a reprodução social (FAIRCLOUGH, 2001, Pg. 202).

Desta forma pressupõe se que a mídia pode contribuir com a mudança social: "Textos de meios de comunicação constituem um barômetro sensível para mudança sociocultural, e eles devem ser vistos como material valioso para se pesquisar mudança. Mudanças na sociedade e na cultura se manifestam em sua natureza experimental, incompleta e contraditória justamente nas mudanças heterogêneas captadas nas práticas discursivas da mídia" (FAIRCLOUGH, 1995, p. 52).

Complementando o autor anterior, Resende define a mídia como “A pulverização da fala”, somada à polarização, por explicitarem e tornarem evidente a

vontade de verdade como marca do discurso da mídia, nos impele à indagação acerca da própria verdade, fazendo-nos duvidar das legitimidades dos lugares e dos sujeitos falantes que se impõem nos dizeres da mídia (RESENDE, 2006, p. 05).

Cabe citar as características de “comunicação de massa”, conceito muito discutido em temas de trabalhos que envolvem conceito de mídia. Segundo Thompson, 1998, o termo “massa” nos infere a interpretar uma vasta audiência, composta de muitos indivíduos recebendo a informação, no entanto a interpretação mais adequada a para o termo comunicação em massa é considerar que será disponibilizado os produtos midiáticos para uma vasta pluralidade de indivíduos. Ou seja, comunicação em massa refere-se à quantidade de produtos midiáticos disponíveis ao invés de considerar a audiência dos mesmos.

De acordo com Reis e Pereira, (2014) pode-se considerar que há influência do discurso no processo de mudança. É através do discurso propagado que os colaboradores percebem as mudanças que a empresa está passando e conseqüentemente alteram suas ações em prol dessa direção.

Ressalta-se que o discurso empresarial precisa de um emissor. Para tanto, Ballalai (1989, citado por Coelho et al., 2012, p.10) enfatiza:

“Não só vai interessar a essa análise conhecer o sujeito falante, quer dizer o emissor do discurso, [...] ou onde o emissor assentou a destinaridade de seu discurso. Importará saber; inclusive, o mundo subjacente a esse discurso [...] (crenças) por parte tanto do emissor quanto do receptor, até chegar a detectar as intenções do discurso”.

Para tanto, é importante conhecer o emissor e o receptor do discurso bem como, o contexto que estes sujeitos estão inseridos, pois com esse conhecimento é possível verificar qual a real intenção do discurso propagado e que em um processo de mudança se faz necessário uma comunicação eficaz para que todos os sujeitos envolvidos trabalhem em conjunto.

Ainda com relação a influência do discurso é possível contatar conforme estudos feitos por Hardy (2001, citado por Coelho et al.,2012, p.10), que existem atribuições para o discurso. Entretanto, neste estudo abordaremos uma das contribuições: *“i) torna possível o uso político do discurso, tanto para obter algum resultado*

estratégico, quanto para resistir a tais estratégias, tratando-se, pois de um instrumento de poder". Hardy (2001, citado por Coelho et al.,2012, p.10). Por isso, o discurso é utilizado pelas empresas de maneira estratégica, pois é considerada uma ferramenta de essencial para fechamentos de negócios.

Para Reis e Pereira (2014):

“[...] quando há a adoção do processo de mudança, as atividades que envolver um ambiente empresarial, passam a se desenvolver de forma contínua, adquirindo uma conotação de hábitos na esfera individual sendo posteriormente incorporada a um determinado grupo, passando a ser considerada rotina.”(REIS E PEREIRA,2014,p.03)

Quando há a mudança às empresas precisam adequar todos os procedimentos já existentes para que os hábitos sejam alterados e também sejam associados por todos os integrantes da organização. Depois de incorporado os novos processos o ambiente empresarial assimila as mudanças como uma nova rotina.

Para Reis e Pereira, (2014, p.04) *“uma vez determinado o processo de mudança devidamente institucionalizado ele pode ser considerado como concluído, estando consistentemente integrado no campo de ação e no campo institucional.”*. Assim, quando esse processo de mudança está devidamente inserido e quando a rotina é alterada e contínua o processo de mudança pode ser considerado concluído.

Segundo Barley e Tolbert,(1997, citado por Reis et al., 2008, p. 54) *“as instituições são codificadas em comportamentos que representam atividades e padrões, que acontecem de forma contínua”* . Todos esses padrões pré-estabelecidos são originários da rotina, por isso a necessidade de uma comunicação eficiente para demonstrar os novos rumos empresariais. Ainda para os autores é possível verificar que as normas escritas e os diálogos são comportamentos que se desejam institucionalizar, bem como considera-se as ações da empresa para a criação de uma rotina no novo processo de mudança

Assim evidencia-se que o processo de mudança de uma organização começa pelo discurso. Aos símbolos, as palavras, a maneira imposta demonstram a transformação da empresa e o novo processo a seguir.

Ainda com relação ao processo de mudança Reis e Pereira (2014) enfatizam que procedimento ocorre por algum desejo de mudança e de alterações de comportamento provocadas mediante a adoção de novas regras, gerando como consequência novos hábitos e novas rotinas que influenciaram no que a instituição almeja para o futuro.

Para Yazdifar (2003, citado por Reis et al., 2008, p.55) o processo de mudança deve ocorrer internamente em princípio, e posteriormente externo, pois esse será reflexo da nova filosofia implantada pela empresa. Ainda para o autor verifica-se que o após a comunicação para os demais indivíduos é necessário a criação de um propósito em comum que deveram ser entendidos por todos os indivíduos envolvidos no processo o que ocasionará um nível de comprometimento e de significação elevado e fará a instituição alcançar o seu propósito. Para isso deveram ser utilizados elementos cognitivos e simbólicos que representem e propiciem a percepção das ações e conseqüentemente crie-se um ambiente organizacional apto para nova mudança

Com relação ao processo de mudança o discurso é peça fundamental na formação de regras e estabelecimento dos papéis de cada indivíduo. De acordo com Phillips (2004, citado por Reis e Pereira et al., 2014) as ações organizacionais produzem textos ou a codificação, contém em seu interior um discurso, que exercerá influência na forma pela qual serão produzidas instituições, ao final de uma tempo determinado.

Entretanto, o processo de mudança de um negócio ou de uma filosofia organizacional deve começar pela mudança comportamental interna, pois a partir dessa mudança interna é que a empresa terá um novo reflexo e conseguirá assim agregar novos valores.

Em um discurso interno os indivíduos promovem uma variedade de significados aliados aos textos escritos. Segundo Phillips e Harrdy (2002, citado por Reis e Pereira et al., 2014), essa formação dos significados não ocorre de maneira

isolada, mas sim, de forma conjunta não só com os textos ditos ou escritos, mas também a reflexão sobre as ações bem como a conexão entre os discursos, textos e realidade empresarial.

Assim, com uma equipe interna ciente dos processos de mudança e comprometida com os rumos empresariais produzirão ações que contribuirão para o crescimento da organização, pois essa harmonia se dá através de um discurso claro e bem estruturado.

Esse discurso é levantado por Reis e Pereira (2014) como sendo aquele discurso que está inserido nas práticas diárias, produzindo a realidade e sendo produzido por meio das diversas interações sociais que ocorrem de forma corriqueira.

Para os autores, por meio do discurso presente no sistema social, é que será possível a elaboração de técnicas e medidas de desempenho, que terão sua utilidade direcionada para os resultados. Por tanto, a medida que as regras e as novas direções empresariais vão surgindo é necessário métodos para medir os níveis de compreensão e verificação da eficácia dos trabalhos propostos.

2.3 DISCURSOS NAS ORGANIZAÇÕES

De acordo Marchiori (2010) parte-se do pressuposto que a comunicação é construída pela articulação da linguagem na produção dos discursos. Uma comunicação eficaz faz com que o discurso empresarial fique mais claro e alcance os objetivos que emissor gestor da empresa almeja. Desse modo, faz-se necessário analisar a influência da comunicação dentro dos discursos e como essa comunicação pode contribuir para o sucesso das instituições. Em todo o contexto organizacional percebe-se que existem diversas formas de comunicação que afetam o trabalho e a rotina empresarial.

Segundo (REIS E PEREIRA, 2014) a comunicação possibilita o entendimento sobre como a tomada de decisão pode afetar os colaboradores de uma instituição,

principalmente no ambiente interno, a comunicação tem sido vista como um meio capaz de estruturar e materializar o processo de mudança assim como fornecedora de novas explicações para todos os métodos de um processo de mudança e de uma filosofia organizacional.

Para (STROEHER E FREITAS, 2008) a princípio, as instituições passaram a obter informações que nada mais eram do que dados. Dados que passaram a ser transformados em informações a fim de que fosse obtido conhecimento sobre os cenários em que estão inseridas. Para os autores, em um contexto de mudança, a informação se tornou mais pertinente ao auxiliar os gestores na tomada de decisão.

Percebe-se, portanto que a informação passou a ser considerada uma peça chave nos processos de comunicação e mudança empresarial. A comunicação aliada a um conjunto de símbolos passou a conceder maior significado a todo o corpo do processo comunicacional.

(TRIGUEIRO, 2001) já havia constatado que em seus estudos que a comunicação, uma necessidade inerente ao ser humano, obteve sua primeira importância no tempo do homem das cavernas e se tornou importante por facilitar o processo de convívio social.

Por esse motivo, a comunicação se torna peça fundamental principalmente quando falamos dentro do ambiente interno. Conforme mencionado por (REIS E PEREIRA, 2014) uma empresa é formada por indivíduos dos mais diversos níveis de entendimento e que assim, faz-se necessário a criação uma comunicação eficaz a todos os setores e compreensível para todo colaborador presente na instituição.

Segundo o Portal Revista Literária, a comunicação é definida como um processo de troca de informações, dados dentro de contexto, usados para influenciar o comportamento dos outros. Trata-se de um processo interativo que se relaciona com todas as áreas do desenvolvimento humano:

“A comunicação ocorre quando alguém transmite ideias ou sentimentos para outras pessoas, e sua eficiência pode ser avaliada pela semelhança entre o que foi emitido e o que foi entendido pelo receptor” (Portal Revista Literária)¹

¹ Acessado em 19 de junho de 2014 às 9h07

Percebe-se que todo o processo de comunicação depende das informações a serem transmitidas e que todo esse processo sofre influências de ruídos que devem ser pensado antes de ser transmitido, pois se trata de um processo de envolvimento que depende de mais de um indivíduo para a sua interação.

Na comunicação existem os elementos chaves para que o processo ocorra de forma normal, são estes: Emissor, Receptor e Mensagem. O autor (TRIGUEIRO, 2001) destaca o modelo clássico tricotômico definido por Aristóteles e o autor menciona que é esse modelo que fundamenta a formulação das teorias da comunicação:

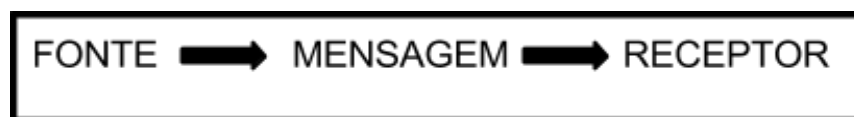


Figura 1. Modelo Tricotômico de Aristóteles²

Ainda para (TRIGUEIRO, 2001) os estudos sobre retórica da comunicação também foram desenvolvidos pelos sofistas que enfatizavam a transmissão da informação como processo de persuasão:

“[...] a comunicação composta por três elementos básicos: Locutor_ a pessoa que fala (quem); Discurso _ o que é dito (diz o que); Ouvinte_ a audiência (a quem).” (TRIGUEIRO 2001)

Todo esse processo de comunicação é o que define o caminho que a informação irá percorrer até chegar ao seu destinatário final. Para tanto, o modelo de Aristóteles tem sido usado até hoje, para definir os segmentos da comunicação e também, peça importante para novos modelos de comunicação.

Fazem-se necessárias algumas definições sobre o modelo Tricotômico de Aristóteles, segundo o Portal Revista Literária os elementos da Comunicação são descritos da seguinte maneira , para o Emissor:

“Emissor ou Fonte: Aquele que diz algo a alguém, e a qualidade da mensagem que ele envia está ligada a diversos fatores, entre eles a timidez, o grau de empatia com o interlocutor, o momento emocional de ambos entre outros.” (Revista Literária, 2002).

² Disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista6/artigo%206-3.htm>

Para Mensagem:

“A informação que o emissor transmite. Os maiores comunicadores que o mundo conheceu não se prenderam a interpretação literal de uma mensagem, mas sim a todo o contexto em que ela se encontra. [...] Na verdade a mensagem sozinha representa muito pouco o que se pretende muito informar, pode até conduzir para interpretações enganosas e a criação de falácias”(IDEM)

Para Receptor

“Aquele com quem o emissor se comunica. [...] O receptor nunca recebe mensagens de forma passiva, por esta razão que os agentes de um processo devem interagir. É preciso saber “com quem” estamos falando, para seus filtros de percepção, suas carências e seu temperamento”(IDEM)

Canal de Propagação

“Meio oral, escrito, eletrônico que conduz a mensagem ao receptor. [...] tanto os canais disponíveis como internet, celular, passam por uma crise de conteúdo. O excesso de informação também compromete a credibilidade das mesma”(IDEM).

A partir desse ponto, percebe-se que todo o processo de comunicação passa pelo emitir, a mensagem em si e o receptor. A informação é emitida por uma fonte que a detém contendo dados dentro de um contexto e, posteriormente chega ao seu destino que é o receptor. Essa linearidade do fluxo comunicacional não ocorre de maneira contínua e unificada, este fluxo sofre efeitos de ruídos que podem afetar o entendimento final, que é o do receptor. Para isso, é importante caracterizar que a informação sofre influências de ruídos que conforme o Portal da Revista Literária são obstáculos, que podem ser barulhos no ambiente ou até manchas sobre um texto escrito que podem ser originários em quaisquer elementos da comunicação (Emissor, Mensagem, Receptor ou Canal) que ocorrem no canal de comunicação e dificultam a interpretação da mensagem.

É na mente do receptor que a mensagem adquire sentido. [...] Existem fatores que distorcem o entendimento da mensagem como o conteúdo emotivo, a linguagem com duplo sentido de interpretação, presunção do entendimento, diferentes níveis intelectuais entre o emissor e o receptor, mensagens muito longas e trechos desnecessários, distração.” (Revista Literária. 2002).

A partir desse ponto é que o discurso se torna peça desse conjunto comunicacional, pois ele se torna o elo que uni os elementos da comunicação e que também sofre as influências de ruídos. Mediante isso, é possível compreender que o

processo comunicacional é muito mais complexo, pois todo o processo de repasse de informação deve ser analisado criteriosamente principalmente com relação ao sentido e a interpretação que terá o receptor. Para tanto, os ruídos que são as interferências que a mensagem pode sofrer ao longo do caminho, são fatos importantes pelo fato de atingirem diretamente nas informações que podem influenciar na compreensão de um discurso.



Figura 2. Modelo do fluxo da Comunicação³. Fonte CRC-PR

Assim, todo esse processo de comunicação envolve o discurso e o gestor de negócios, que deve pensar de que forma sua informação poderá chegar ao receptor e as consequências de uma comunicação pouco efetiva, tendo assim, que articular seu discurso para chegar ao sucesso nos negócios.

Dentro do âmbito organizacional a comunicação pode ser observada, não só a comunicação entre a equipe interna, mas também devem ser administrados outros tipos de comunicação com os outros ambientes como o externo. Para (KOTLER, 1993) as funções mais importantes desse processo são: a codificação, decodificação, resposta e *feedback*.

³ Disponível em: www.crcpr.org.br/new/content/publicacao/revista/revista135/processo.htm

3 METODOLOGIA

O presente estudo de caso caracteriza-se metodologicamente como qualitativo, devido a ser desenvolvido com base na coleta de dados (matérias midiáticos de jornais), na análise dos dados coletados, verificação de similaridade entre padrões e também. Apesar de ser classificada qualitativa, apresenta elementos quantitativos devido a analisar a quantidade de informação que seguem uma tendência quanto ao sentido do discurso.

No que se tange o estudo de caso, a aplicação desta estratégia poderá ser vista como oportunidade de investigação com base nos conhecimentos prévios sobre o tema, bem como, o desenvolvimento das leituras em cima da coleta de dados e interpretações dos detalhes mais relevante acerca do caso específico citado neste trabalho. Considerando que a estratégia de estudo de caso, contribuirá em termos metodológicos, principalmente como ferramenta embasada nos conceitos, isto com destaque na citação de Martins, 2006, que a menciona o estudo de caso como uma investigação empírica dos fenômenos em seu contexto real, também é sustentada por uma plataforma teórica, por meio de diferentes técnicas de levantamento de dados e evidências, tais como: observação, observação do participante, entrevista, focus grupo, análise de conteúdo, questionário e escalas sociais e de atitudes, pesquisa documental e registros em arquivos, pesquisa-ação, pesquisa etnográfica e análise do discurso. (MARTINS, 2006, pg. 9)

A fim de aumentar a confiabilidade deste estudo de caso, foi utilizado o processo de triangulação, que consiste na utilização de mais de uma técnica de levantamento de dados e evidências. Sendo assim, foram selecionadas com base nas técnicas supracitadas, as quais abrangem estudos de caso: análise de conteúdo, análise de discurso e também coleta de dados com diversas fontes. Relacionados a este contexto, Martins, 2006 pg 79-88, afirma que existem quatro tipos de triangulação, sendo elas: Triangulação de fonte de dados, triangulação de pesquisadores, triangulação de teorias e triangulação metodológica. Dentro da triangulação é citado o encadeamento de evidências, onde Martins, 2006, comenta algo que contribui para o aumento da confiabilidade de um estudo de caso: as

evidências iniciais direcionem para o caminho inverso das conclusões, pois isto indicará que o pesquisador não foi tendencioso, além disto terá etapas

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é exploratória, pois conforme GIL, 2005, as pesquisas exploratórias podem ser entendidas de uma maneira de se proporcionar maior familiaridade com o problema, a fim de torná-lo explícito e também de construir hipóteses, tendo como objetivo principal o aprimoramento de ideias e descobertas de intuições. Gil (1991, p.45),

Na tentativa de obter um maior entendimento sobre o caso de Pasadena, o estudo será iniciado por meio da hipótese de que há manipulação da mídia na disseminação da informação. Isto considerando que o presente estudo de caso envolve uma empresa estatal, sendo assim, é importante considerar que o tema abordado é de caráter político, não se esquecendo de considerar que o cenário atual (contexto), ser marcado por ano eleitoral, bem como, grande parte dos estudos de análise de discurso, abordam que o discurso não é “neutro, nem inocente, que nem sempre o que é dito é a verdade, mas sim um relato da realidade dentro de um contexto muitas vezes embasado em ideologias”. Também citado que muitas vezes os jornais tendem a fornecer informações opostas entre outras citações nos levam a inferir que a mídia pode conduzir as informações de acordo com os interesses de um grupo dominante que detém poder sobre a propagação da informação.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE

Em uma publicação da americana FORBES juntamente com a Wood Mackenzie, intitulada por “The World’s Biggest Oil Companies” é divulgado um Ranking das maiores companhias de petróleo do mundo, nesta lista a Petrobras ocupa a décima terceira posição das maiores do mundo. FORBES,2013.

A Gigante, Petroleira brasileira, é uma companhia de capita aberto, sendo que seu acionista majoritário é o governo brasileiro. Embora esta empresa seja destacada pela produção de Petróleo, sua atuação integrada de energia pode ser detalhada nos setores: exploração e produção, refino, comercialização, transporte, petroquímica, distribuição de derivados, gás natural, energia elétrica, gás-química e biocombustíveis. Destacando, a Petrobras está presente em dezessete países, sendo que é líder em petróleo no Brasil. (Petrobras, 2014)

Em um contexto histórico, o nascimento da Petrobras, se deu no dia três de outubro de 1953, por meio da lei 2.004. Anteriormente, em meados das décadas de 1940 e 1950, fruto advindo de grandes debates sobre o petróleo, por conta de uns defenderem o completo monopólio e por outro lado estavam as companhias internacionais que desejavam a abertura de mercado. Estas discussões duraram aproximadamente sete anos, até então, Getúlio Vargas sancionar a lei que criou a referida empresa, sendo que constituiu um monopólio de todas as etapas produtivas, porém sem controlar a distribuição de combustíveis.

No que tange a participação da Petrobras na economia, o cenário econômico mundial é marcado por crises políticas e guerras, fatos estes com grande influencia para o ramo de atuação da Petrobras. Melhor explicando devido à instabilidade do mercado de petróleo o preço desta **commodity** sofre oscilações. Apesar de no ano de 2006 o Brasil ser considerado autossuficiente na produção de petróleo, sempre importou petróleo de outros países, as crises justificam os preços praticados dentro do país. Como por exemplo, a situação geopolítica no Oriente Médio os preços internacionais do petróleo dispararam e isto também pressionou o preço no mercado interno, acarretando reflexos na economia brasileira. Bem como, na década de 80, por conta da instabilidade política no Irã e a guerra com o Iraque, o preço novamente

foi pressionado para cima, no entanto este incrementou no preço não foi repassado para o consumidor desta vez.

De acordo com Dias (1993), foi no ano de 1939 que se encontrou petróleo em território brasileiro, mais especificamente na região de Lobato, Bahia. Anteriormente a esta descoberta foi criado o Conselho Nacional de Petróleo (CNP) e decretado também a propriedade estatal das jazidas de petróleo e do parque de refino. No entanto a consolidação desse processo começou na década de 50 por meio do movimento do “petróleo é nosso”.

Em 1974, foram descobertos óleo na Bacia de Campos, que posteriormente se tornou a maior área petrolífera do país, e onde foi aplicada tecnologia de ponta, em termos internacionais, de exploração e produção em águas profundas. Os campos de Garoupa, Namorado, Anchova, Pampo e Badejo começam a ser explorados em 1981, fazendo um total de participação de 54% da produção marítima do País.

No ano de 1999, por meio do artigo 177 da Constituição Federal de 1988 é garantido o monopólio da União sobre pesquisa e lavra de jazidas de hidrocarbonetos fluidos, o refino de petróleo nacional ou estrangeiro, a importação e exportação de petróleo e seus derivados básicos, assim como o transporte marítimo e por dutos de petróleo e seus derivados, sendo a PETROBRAS a única executora do monopólio da União.

A produção de petróleo sai do patamar de 2500 barris por dia em 1954, para 1.000.000 barris por dia em 1997, com um investimento aproximado nesse período na ordem de US\$ 94 bilhões, dos quais US\$ 83 bilhões com recursos próprios.

Em 6 de agosto de 1997 é sancionada a Lei nº 9478, que “norteia sobre a política energética nacional, as atividades relativas ao monopólio do petróleo, institui o Conselho Nacional de Política Energética e a Agência Nacional do Petróleo e dão outras providências”, esta lei surgiu com o intuito de quebrou o monopólio da Petrobras.

Os dados citados acima tornam evidente o poder que a Petrobras tem na economia, além disso, com base em seu histórico, a citada Cia, foi se estruturando e ganhando cada vez mais participação em seu mercado de atuação.

Nesse contexto, é possível perceber o quanto o Caso de Pasadena representou negativamente para a imagem da Petrobras. Também levando em consideração as teorias de Análise de discurso, abaixo serão analisadas as tabelas:

Antes de iniciar as análises, vale destacar que os dados foram coletados por meio de um *site* de busca, o Google, e conforme dispostas as informações foram mapeadas em uma planilha de Excel.

TABELA 1. RELAÇÃO DAS MÍDIAS ENVOLVIDAS NA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO CASO DE PASADENA

MÍDIA	QUANTIDADE
Outros	85
Jornal o Globo	52
Folha de São Paulo	37
Valor Econômico	21
Revista Exame	7
Estadão	4
Total Geral	206

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Conforme tabela acima, classificado por mídia específica, foram coletados os maiores número de informação na página virtual do Jornal o Globo, em seguida na Folha de São Paulo, ficando em terceiro lugar no Jornal Valor econômico, sendo a menor parte das matérias coletadas nos sites Estadão e Revista Exame. Quanto ao maior número de informações por site coletados é possível, traçar um perfil destas mídias, tendo como destaque:

No meu ponto de vista, a maneira pela qual o jornal o Globo disponibiliza as informações, tem um tom de sensacionalismo, pois noto que muitas vezes usa as falas mais polemicas dos envolvidos para elaborar o enunciado das matérias. Com base no exposto, segue:

QUADRO 1. RELAÇÃO DE ALGUMAS MATÉRIAS DO JORNAL O GLOBO

Título do artigo	Data	Horário	1. Pessoa	Palavra chave	Site da notícia
Pasadena: Graça diz que extirpará erros e investigará tudo o que precisa	26/03/2014	08:38	Presidente da Petrobras	Corrupção	O Globo

Mercado era 'promissor' quando Pasadena foi comprada, diz Mantega	14/05/2014	13:30	Guido Mantega	Corrupção	O Globo
Mantega diz ter sido contra compra da 2ª metade de Pasadena	14/05/2014	12:19	Políticos	Corrupção	O Globo
Petrobras não compraria Pasadena hoje, diz Graça Foster à CPI	27/05/2014	11:37	Presidente da Petrobras	Corrupção	O Globo
Conselheiros não tinham dados plenos sobre Pasadena, diz Mantega	14/05/2014	15:26	Políticos	Corrupção	O Globo
CPI mista da Petrobras será instalada nesta quarta-feira, diz Henrique Alves	27/05/2014	21:20	Políticos	Corrupção	O Globo
CPI da Petrobras não é 'incompatível' com Copa do Mundo, diz Renan	27/05/2014	18:22	Políticos	Corrupção	O Globo
'Pode ser recuperado', diz Graça Foster sobre prejuízo com Pasadena	30/04/2014	21:15	Presidente da Petrobras	Corrupção	O Globo
Que se investigue o Porto de Suape também', diz Campos sobre CPI	20/05/2014	15:25	Políticos	Corrupção	O Globo
À CPI, Gabrielli diz que Dilma não é responsável por compra de refinaria	20/05/2014	12:28	Dilma	Corrupção	O Globo
Contrato de Pasadena foi enviado 15 dias antes, diz advogado de Cerveró	02/04/2014	14:11	Ex diretor intern. Petrob.	Corrupção	O Globo
Ex-diretor da Petrobras diz que Pasadena dá lucro e sustenta que cláusulas não eram fundamentais	29/05/2014	14:53	Ex diretor	Campanha eleitoral	O Globo
Aécio vê vontade de mudança e diz não se	09/05/2014	12:18	Políticos	Campanha eleitoral	O Globo

importar com rival do PT						
Mercado era 'promissor'						
quando Pasadena foi comprada, diz Mantega	14/05/2014	13:30	Políticos		Campanha eleitoral	O Globo
Petrobras perdeu US\$ 171 milhões na Justiça por Pasadena, diz ex-diretor						
	22/03/2014	21:01	Ex diretor		Corrupção	O Globo
Dilma condenou regra em um caso, mas a aprovou em outro, diz jornal						
	22/03/2014	18:19	Dilma		Campanha eleitoral	O Globo
Governo diz que Petrobras comprou refinaria com base em laudo 'falho'						
	19/03/2014	10:17	Dilma		Corrupção	O Globo

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Ao que se refere à postura e posicionamento da folha de são Paulo, é similar ao jornal o Globo, inclusive os enunciados são muito parecidos.

Já o Jornal Valor Econômico, apesar de ter reportagens na mesma linha dos jornais mencionados anteriormente, no entanto este jorna também elabora matérias com enunciados mais voltados para um contexto técnico, a fim de dar suporte aos investidores e empresários. Cito isto, com base nos exemplos abaixo:

- a) Em busca de consistência para o 'valor justo'
- b) Como o mercado avalia CPI de petroleira
- c) Petrobras chegou a analisar 10 refinarias antes de Pasadena
- d) Pasadena: entenda os principais entraves sobre a refinaria

Outro fato interessante de se analisar é o exposto na tabela abaixo:

TABELA 2. RELAÇÃO TIPO DE INFORMAÇÃO

ENUNCIADO	QUANTIDADE
Corrupção	146
Campanha eleitoral	49
Poder e Corrupção	11
Total Geral	206

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Partindo da análise por meio do enunciado, nota-se que a maioria das matérias menciona o caso de Pasadena como um caso de corrupção. Embora este dado seja interpretado com base nos enunciados, acredito que em alguns casos é citado o tema de corrupção, mas como uma forma de manifestação da oposição política.

De fato que o valor pago pela refinaria, ficou muito alto quando comparado com a compra anterior desta mesma refinaria e neste sentido será separado algumas publicações com abordagens positiva, dizendo que a aquisição da Refina de Pasadena foi um bom negócio. Mas neste sentido acredito que o que é dito não representa a realidade e sim um relato de acordo com as ideologias, que neste caso, citar o caso com um bom negócio, pode configurar um ato de tentar se isolar das responsabilidades da compra ou tentar manter a boa imagem por questões políticas.

Contraponto este fato, outras mídia, tentam buscar culpados e entender ou resolver este caso, conforme exemplos abaixo:

QUADRO 2. RELAÇÃO DAS MATERIAS COM INTUITO DE OS CULPADOS

TÍTULO DO ARTIGO	DATA	HORÁRIO	IDENTIFICAR	PALAVRA CHAVE	SITE DA NOTÍCIA
Comissão de Ética pede explicação a Cerveró em caso Pasadena	29/04/2014	19:23	culpados/responsáveis	Corrupção	Outros Folha de São Paulo
Entenda o caso da refinaria da Petrobras em Pasadena (EUA)	30/03/2014	02:00	culpados/responsáveis	Corrupção	

Dilma aponta erro de funcionário no caso Pasadena e afirma que movimento 'Volta, Lula' não abala	29/04/2014	14:02	culpados/responsáveis	Corrupção	O Globo
O caso Petrobras-Pasadena à luz da economia em 2006	21/03/2014	15:09	culpados/responsáveis	Corrupção	Revista Exame
Graça Foster vai à Câmara para falar sobre Pasadena dia 30	23/04/2014	12:37	culpados/responsáveis	Corrupção	Revista Exame
Gabrielli: Dilma não pode fugir à responsabilidade	20/04/2014	07:24	culpados/responsáveis	Corrupção	Revista Exame
Caso Petrobrás/Pasadena: Ex-presidente da empresa divide responsabilidade com a presidente Dilma	20/04/2014	não cita	culpados/responsáveis	Corrupção	Outros
Petrobras pode ter sido vítima de 'fraudador serial' de contratos públicos em Pasadena	30/04/2014	13:11	Sim, joga a culpa no maior acionista da Empresa Astra Oil	Corrupção	Outros

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Com base no quadro 3, observa-se que grande parte das matérias que citavam corrupção e também em um sentido de investigação do caso, conforme segue:

QUADRO 3. RELAÇÃO DAS MATÉRIAS RELACIONADAS À INVESTIGAÇÃO DO CASO

TÍTULO DO ARTIGO	DATA	HORARIO	PALAVRA	
			CHAVE	SITE DA NOTICIA
Foster explicará Pasadena em meio à indefinição sobre CPI da Petrobras	12/04/2014	13:50	Corrupção	Outros
PSDB vai indicar Álvaro Dias e Mário Couto para a CPI da Petrobras	25/04/2014	15:23	Corrupção	Outros
Oposição vai investigar caso de Pasadena se CPI da Petrobras for negada, revela Aécio Neves	02/04/2014	09:00	Corrupção	Outros
Ministra do STF	23/04/2014	22:41	Corrupção	O Globo

determina instalação de CPI exclusiva da Petrobras					
CPI: o caso Pasadena e o fator Paulo Roberto Costa	02/04/2014	14:25	Corrupção	Outros	
Revistas: empresa investigada no caso Pasadena apareceu na CPI do Cachoeira	29/03/2014	09:33	Corrupção	Outros	
Um elo entre o caso da refinaria Pasadena e a CPI de Cachoeira	29/03/2014	09:28	Corrupção	Outros	
Caso Pasadena: "CPI nesse caso é disputa eleitoral oportunista"	30/03/2014	00:00	Corrupção	Outros	
FHC defende CPI para apurar caso Pasadena	23/03/2014	20:32	Corrupção	Outros	
Caso Pasadena - A tática é assumir o comando da CPI da Petrobrás.	28/03/2014	04:45	Corrupção	Outros	
Vital do Rêgo presidirá CPI da Petrobras	14/05/2014	13:05	Corrupção	O Globo	
Empresa investigada no caso Pasadena apareceu na CPI do Cachoeira	29/03/2014	Não cita horário	Corrupção	Outros	
Em manobra do governo, senado adia decisão sobre decisão sobre CPI da Petrobras para.	09/04/2014	17:31	Corrupção	Folha de São Paulo	
CPI mista da Petrobras Será Instalada Mas Governo quer foco no cartel de SP	27/05/2014	18:50	Corrupção	Folha de São Paulo	
PT indica nomes para CPI mista da Petrobras	22/05/2014	15:58	Corrupção	Folha de São Paulo	

CPI mista da Petrobras só será instalada na semana que vem	20/05/2014	22:31	Corrupção	Folha de São Paulo
Petrobras não compraria Pasadena hoje, diz Graça Foster à CPI.	27/05/2014	11:37	Corrupção	O Globo
CPI da Petrobras convoca ex-diretor que foi preso na operação Lava Jato	27/05/2014	21:47	Corrupção	O Globo
Presidente da Petrobras é ouvida por CPI que investiga irregularidades	27/05/2014	14:08	Corrupção	O Globo
CPI no Senado convoca ex-diretor da Petrobras investigado pela PF	27/05/2014	11:16	Corrupção	O Globo
CPI mista da Petrobras será instalada nesta quarta-feira, diz Henrique Alves.	27/05/2014	21:20	Corrupção	O Globo
CPI da Petrobras não é 'incompatível' com Copa do Mundo, diz Renan.	27/05/2014	18:22	Corrupção	O Globo
Oposição boicota depoimento de Gabrielli à CPI da Petrobras	20/05/2014	12:13	Corrupção	O Globo
Que se investigue o Porto de Suape também', diz Campos sobre CPI.	20/05/2014	15:25	Corrupção	O Globo
Cerveró fala para três senadores em sessão esvaziada da CPI da Petrobras	22/05/2014	13:05	Corrupção	O Globo
Sérgio Gabrielli depõe na CPI da Petrobras no Senado	20/05/2014	21:23	Corrupção	O Globo
À CPI, Gabrielli diz que	20/05/2014	12:28	Corrupção	O Globo

Dilma não é responsável
por compra de refinaria.

Plano da CPI deixa de lado fornecedores da Petrobrás - Política – Estadão	03/06/2014	02:06	Corrupção	Estadão
CPI mista da Petrobrás vota convocação de Costa, Youssef e Cerveró nesta terça.	02/06/2014	19:53	Corrupção	Estadão
CPI mista da Petrobras é instalada; governista fica com a presidência.	28/05/2014	15:21	Corrupção	Folha de São Paulo
CPI mista da Petrobras será instalada, mas governo quer foco no cartel de SP.	27/05/2014	18:50	Corrupção	Folha de São Paulo
Oposição faz ato para que CPI mista da Petrobras comece a funcionar amanhã	20/05/2014	16:38	Corrupção	Folha de São Paulo
CPI da Petrobras convoca ex-diretor que foi preso na operação Lava Jato	27/05/2014	21:47	Corrupção	O Globo
CPI mista aprova convocação de Youssef Valor Econômico	04/06/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico
CPI aprova convocação de doleiro Youssef e de ex-diretor da Petrobras	03/06/2014	16:42	Corrupção	Valor Econômico
Presidente da CPI da Petrobras diz que investigação terá 'surpresas'	03/06/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico
CPI mista da Petrobras é instalada	29/05/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico

CPI Mista da Petrobras é instalada no Congresso	28/05/2014	15:37	Corrupção	Valor Econômico
CPI da Petrobras convoca Paulo Roberto Costa	28/05/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico
Sem oposição, CPI ameniza com Gabrielli	21/05/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico
Como o mercado avalia CPI de petroleira	15/05/2014	05:00	Corrupção	Valor Econômico

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após ter compreendido melhor o assunto, coletado e analisado os dados. Percebe-se que o Caso de Pasadena se configura como um escândalo direcionado ao sensacionalismo, oportunismo e manipulação. Esta conclusão advém do fato de que grande parte da amostra analisada é composta pela rede de jornal O Globo e folha de São Paulo e ao analisar o perfil destas mídias observa-se uma tendência a esta postura.

As mídias supracitadas conduzem a disseminação de informações do caso de Pasadena deixando pistas de manipulação, esta conclusão se deu por meio de observações a cerca do contexto atual, ano eleitoral e com base nos discursos veiculados pela mídia, que abordavam positivamente e outros negativamente o referido caso.

No entanto, o fato de que o preço pago pela refinaria de Pasadena, quando comparado com o valor pago anteriormente pela Cia Belga, foi bem menor que o valor pago pela Petrobras.

Em conformidade com esta afirmação, o Jornal Valor Econômico publicou uma matéria, Pasadena e o Carne de 145 anos, na data de hoje (24/07/14) que o Caso de Pasadena foi resolvido e a decisão foi a seguinte: “O Tribunal de Contas da União (TCU) concluiu que a perda da Petrobras com o investimento na refinaria de Pasadena foi de 792 milhões e que caberá aos diretores da época do fechamento do negócio ressarcir a empresa com a quantia”. A incógnita citada na matéria é se os condenados a pagar a dívida terão disponível a devida quantia.

Outro fato, no escândalo estava relacionado à atual presidente da república no Brasil, Dilma Rousseff, que muitas vezes era citada nas mídias pelos partidos da oposição de forma negativa, devido o interesse de tirar-lhe do poder e também o nome da presente estava presente em comentários positivos, devido a interesses de poder. Entretanto de acordo, com outra matéria publicado pelo Jornal Valor Econômico, (24/07/14), é exposto que:

Após um pedido de vista seguido de recuo, o plenário do Tribunal de Contas da União (TCU) aprovou por unanimidade ontem o relatório do ministro José Jorge sobre as irregularidades na aquisição da refinaria de Pasadena (EUA) pela Petrobras. Mesmo após as severas críticas feitas ao negócio, o ministro isentou de responsabilidade os integrantes do conselho de administração da estatal à época da compra, entre eles, a presidente Dilma Rousseff.

Sendo assim, respondendo a questão proposta para este caso, grande parte das informações disseminadas pelas mídias analisadas se desenvolvem com um direcionamento para a manipulação, no entanto devido a grande maioria das mídias veicularem informações relacionadas à corrupção, nota-se que a população está influenciando a mídia, pois neste ano houve no Brasil várias manifestações relacionadas ao descontentamento do povo quanto aos nossos governantes.

Como sugestão de estudos futuros, sugere-se:

- O Papel da mídia na disseminação de Cultura organizacional, estudo de caso pós-fusão de grandes organizações;
- Análise dos investimentos no Caso de Pasadena e as evidências de corrupção no referido caso.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- BAUER, M. W., & GASKEL, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Rio de Janeiro: Vozes.
- BITTI, P. R., & ZANI, B. (1993). *A comunicação como processo social*. Lisboa: Estampa.
- BRANDÃO, H. H. (1990). *Introdução à análise do discurso*. 7ed. Campinas, SP: Ed. Unicamp.
- BUNGE, M. (1993). *Sociologia da Ciência*. Buenos Aires: Ediciones Siglo Veinte.
- CABRAL, A. C. (2005). Análise do Discurso como estratégia de pesquisa no campo da administração: uma visão global. *Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, v. 3, n. 1,, p. 59-68, Jan./Jun.
- CORNELSEN, E. L. (2009). *Análise do discurso em estudos organizacionais: uma abordagem teórica*. In: CARRIERI et al. *Análise do Discurso em Estudos Organizacionais*. Curitiba: Juruá.
- DIAS, J. L. (1993). *A Questão do Petroleo no Brasil Uma História da Petrobras*. Rio de Janeiro: FGV.
- Econômico, V. (24 de 07 de 2014). *Valor Economico*. Acesso em 24 de 07 de 24, disponível em Valor.com.br: <http://www.valor.com.br/valor-investe/casa-das-caldeiras/3625118/pasadena-e-o-carne-de-145-anos>
- FAIRCLOUGH, N. (2001. Pg. 202.). *Discurso e mudança social*. . Brasília: Ed. UnB,.
- FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media discourse*. London: Hodder Arnold Publication.
- FERNANDES, C. A. (2008). *Análise do discurso: reflexões introdutórias*. 2.ed. São Carlos: Claraluz.
- GARAY, A., IÑIGUEZ, L., & MARTINEZ, L. (2001). Perspectivas críticas en Psicología Social: herramientas para la construcción de nuevas psicologías sociales. *Boletín de Psicología*, n. 72, p. 55-78.
- GIL, A. C. (1991). *Como elaborar projetos de pesquisas*, 3 Ed. São Paulo: Atlas.
- GILL, R. (2002). *Análise de discurso*. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Rio de Janeiro: Vozes.
- GRACIA, T. I. (2004). *Manual de análise do discurso em ciências sociais*. Petrópolis: Vozes, cap. 1, p. 19-49,.
- GREGOLIN, M. d. (2003b.). *Análise do discurso: lugar de enfrentamentos teóricos*. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. dos. *Teorias linguísticas: problemáticas contemporâneas*. . Uberlândia: EDUFU,.

- GREGOLIN, M. d. (2007). *Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, Nov. .
- HARRIS, Z. L. (1952). *Discourse analysis. Language*, v. 28, n. 1, Jan./Mar., .
- IÑIGUEZ, L. (. (2004). *Manual de análise do discurso em ciências sociais*. Petrópolis: Vozes.
- IÑIGUEZ, L. (2004a.). *A linguagem nas ciências sociais: fundamentos, conceitos e modelos. In: (Coord.). Manual de análise do discurso em ciências sociais*. Petrópolis: Vozes, cap. 2, p. 50-104,.
- IÑIGUEZ, L. (2004b). *A análise do discurso nas ciências sociais: variedades, tradições e práticas*. Petrópolis: Vozes.
- Jornal O Globo. (20 de Março de 2014). G1. Acesso em 26 de 03 de 2014, disponível em [g1.globo.com](http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/03/entenda-compra-da-refinaria-de-pasadena-pela-petrobras.html):
<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/03/entenda-compra-da-refinaria-de-pasadena-pela-petrobras.html>
- MARTINS, G. d. (2006). *Estudo de Caso uma Estratégia de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- PETROBRAS. (22 de julho de 2014). *Petrobras*. Acesso em 22 de julho de 2014, disponível em Petrobras: <http://www.petrobras.com.br/pt/quem-somos/perfil/>
- REIS, L. G.; PEREIRA, C. A. Uma análise do modelo discursivo de institucionalização aplicado ao processo de mudança em contabilidade gerencial. *Revista Universo Contábil*, ISSN 1809-3337. Blumenau, v. 10, n. 1, p. 47-66, jan./mar., 2014.
- RUIZ RUIZ, J. (2009.). Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, v. 10, n. 2, art.26, .
- THOMPSON, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade : uma teoria social da mídia* . Petrópolis - RJ: Vozes.
- VAN DIJK, T. A. (1998). *The study of discourse. In: VAN DIJK, T. A. (Ed.) Discourse as structure and process*. London: Sage, v. 1, p. 1-34, .
- WEBER, M. (2002). *Sociologia da Imprensa: um programa de pesquisa*. São Paulo: Lua Nova.
- WOOD MACKENZIE, F. e. (11 de Novembro de 2013). *forbes.com*. Acesso em 23 de Julho de 2014, disponível em FORBES:
<http://www.forbes.com/pictures/mef45miid/13-petrobras/>