

Entre a organização comunicada e a falada

estratégias, ressonâncias e divergências

Aluna de Iniciação Científica, graduanda em Relações Públicas - UFRGS:

Daniela Conegatti Batista

Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - UFRGS



Introdução

O estudo integra a pesquisa "Comunicação, cultura e poder: a triangulação 'iniciativa privada - poder público - comunidade'", que tem como objetivo compreender, sob a perspectiva da comunicação, como se atualizam relações de poder nessa triangulação. A tensão "empresa Tramontina C. B. S/A - Prefeitura Municipal de Carlos Barbosa - Comunidade de C. B." é o primeiro sistema de estudo. Diante disso, são apresentadas duas etapas desta pesquisa, uma já finalizada e outra ainda em andamento. A primeira etapa investigou se os sentidos propostos/desejados pela empresa (organização comunicada), encontram ressonância nos sentidos veiculados pelos jornais (organização falada). A segunda etapa consiste em entrevistas realizadas com profissionais de jornais e rádios de Garibaldi e Carlos Barbosa, buscando apreender suas opiniões sobre a Tramontina e sobre as interações que estabelece com a população local e o poder público municipal.

Objetivos

Etapa 1:

Verificar se o que a empresa fala de si mesma através de seu site, peças publicitárias e eventos encontra ressonância no que os jornais locais (Contexto e Carlos Barbosa) e estaduais (Zero Hora e Correio do Povo) afirmam sobre ela.

Etapa 2 (em andamento):

Compreender a imagem que os profissionais de jornal e rádio locais (Carlos Barbosa e Garibaldi) têm da Tramontina e como eles compreendem as interações que ela estabelece com a população local e com poder público municipal.

Metodologia

Etapa 1:

Pesquisa documental, análise de discurso e técnicas de análise gráfica. O corpus de estudo contemplou: todos os textos dos jornais Correio do Povo e Zero Hora que referiram a Tramontina, as peças publicitárias veiculadas no jornal Zero Hora e os eventos em que se envolveu, todos decorrentes do ano de 2008, além do site (06/08/2009).

Etapa 2 (em andamento):

Entrevistas semi-estruturadas com profissionais de jornais e rádios locais (Carlos Barbosa e Garibaldi) e análise de discurso

Resultados

Etapa 1

A análise que dizia respeito à empresa comunicada (conteúdo desenvolvido pela própria empresa site, eventos, publicidade) apresentou a empresa como:

- socioambientalmente comprometida, inovadora, tecnológica e estratégica e grande potência econômica nacional e internacional.

A análise que compreendia a empresa "falada" (conteúdo desenvolvido e veiculado pelos jornais locais e estaduais já referidos) apresentou a Tramontina como:

- Socialmente responsável, potência econômica nacional/internacional, inovadora, influenciadora nas questões econômicas da região/estado, e motivo de orgulho para a cidade de Carlos Barbosa e para o Estado do RS.

Conclusões

Sobre a **primeira** etapa da pesquisa (empresa comunicada e empresa falada)

Considerando as análises realizadas pode-se dizer que os sentidos desejados/propostos no âmbito da organização comunicada (a fala oficial da Tramontina, a comunicação planejada) são muito próximos daqueles veiculados pela organização falada (pelos jornais).

Sobre a **segunda** etapa da pesquisa (entrevistas com radialistas de Carlos Barbosa e Garibaldi)

A Tramontina

- Empresa modelar e socialmente responsável, contudo realiza somente projetos que a beneficiam, não permite que seus funcionários façam pela comunidade e se constitui em um grupo fechado para ex-funcionários.

Relação Tramontina - Comunidade

- A empresa possui relação cultural com a comunidade, a ponto de influenciá-la culturalmente e ser uma "formadora de pensamento".

Tramontina - Poder Público

- A empresa tem força para influenciar e interferir diretamente no Poder Público de Carlos Barbosa;

- A empresa possui mais a confiança da comunidade que o Poder Público, e este beneficiaria a Tramontina em detrimento da comunidade.

Etapa 2

No quadro abaixo, tem-se um comparativo entre os resultados da etapa 1 e da etapa 2 (entrevistas), onde palavras são utilizadas para mostrar a compreensão que cada uma das análises apresentou da Tramontina, da empresa em relação ao mercado e dela em relação ao Poder Público de Carlos Barbosa e da comunidade.

Representações da empresa Tramontina Carlos Barbosa S/A			
	A empresa comunicada – fala autorizada do site, publicidade e eventos	A empresa falada – construída pelos jornais (2 locais e 2 estaduais)	A empresa segundo profissionais de mídia local/regional (resultados parciais)
A empresa local-global	Barbosense	Barbosense	Barbosense
	Gaúcha	Gaúcha	
	Globalizada	Globalizada	
A empresa e seu entorno	Socioambientalmente comprometida	Socioambientalmente comprometida	Socioambientalmente comprometida
	Grande patrocinadora	Grande patrocinadora	Realiza investimentos
			Confiável
			"Formadora de pensamento" / influencia culturalmente
		Influente na comunidade	
		Não permite que suas lideranças assumam cargos de visibilidade na comunidade	
A empresa e o mercado	Empresa modelar	Empresa modelar	Empresa modelar
	Vanguarda em produtos	Vanguarda em produtos	
	Tecnológica	Tecnológica	
	Inovadora	Inovadora	
	Empresa de Tradição	Empresa de Tradição	
			Comprometida com lucros
A empresa e o poder público	Relação de parceira	Relação de parceira	Relação de parceira
			Empresa é mais competente para a gestão
			Empresa é mais confiável
			Empresa com poder para influenciar nos processos decisórios do poder público