

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
A empresa e o mercado			Não permite que suas lideranças assumam cargos de visibilidade na comunidade
	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	