

A organização percebida: a Tramontina C.B. S/A através dos comerciantes de Carlos Barbosa.

Bruno Calistro¹, Rudimar Baldissera²

¹ Bruno dos Santos Calistro, Comunicação Social – hab. Relações Públicas, UFRGS

² Prof^o Dr. Rudimar Baldissera



CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

APRESENTAÇÃO

Este estudo integra a pesquisa “Comunicação, cultura e poder: a triangulação ‘iniciativa privada – poder público – comunidade’”. A pesquisa tem o objetivo de compreender como se atualizam, na perspectiva da comunicação, as relações de poder entre as três forças dessa triangulação, tendo como objeto empírico a empresa Tramontina C.B. S/A., o poder público e a população do município de Carlos Barbosa/RS. Neste estudo, especificamente, busca-se identificar as percepções/representações que comerciantes de Carlos Barbosa/RS têm da empresa Tramontina e de suas relações com a população local e com o poder público municipal

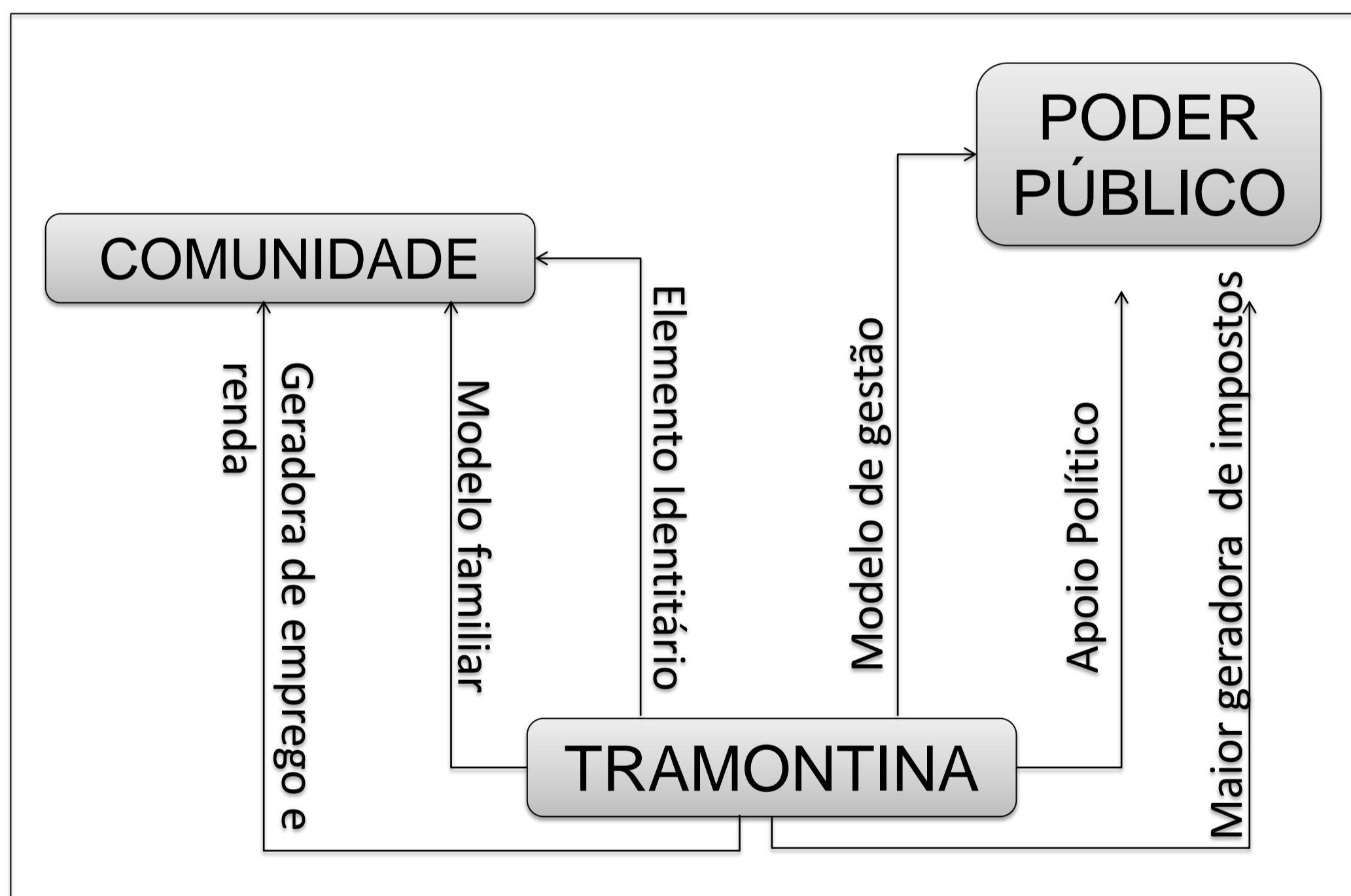
METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados nesta etapa do estudo compreendem entrevistas em profundidade semi-estruturadas para a coleta dos dados e o emprego de elementos da Análise de Discurso (AD) para análise dos relatos obtidos a partir das entrevistas. O corpus consiste em oito entrevistas, realizadas no dia 29 de abril de 2013, com comerciantes estabelecidos em Carlos Barbosa/RS, selecionados a partir do critério de acessibilidade.

OBJETIVOS

- ❖ Identificar as percepções/representações que comerciantes de Carlos Barbosa/RS têm da empresa Tramontina
- ❖ Evidenciar as relações da iniciativa privada com a população local e com o poder público municipal.

RESULTADOS



A análise das entrevistas evidenciou as seguintes percepções/representações sobre a Tramontina: a) provedora da cidade (a empresa é percebida como sendo a principal fonte de geração de empregos, renda e impostos para o município); b) potência (a organização se caracteriza por apresentar elevados níveis de poder econômico, político e simbólico); c) modelar (a empresa apresenta-se como referência regional, nacional e internacional em gestão, eficiência e desenvolvimento de projetos diversos); e d) elemento identitário (a organização é percebida como parte fundamental da identidade sócio-cultural do município de Carlos Barbosa/RS – “Barbosense”). A articulação das percepções pode ser observada no quadro ao lado e indica a grande importância da empresa para a cidade que, além de seu poder econômico, se exerce como poder político e simbólico, instituindo-se como modelar.

CONCLUSÕES

As representações evidenciadas nesta etapa da pesquisa, articuladas aos resultados de análises já realizadas em etapas anteriores particularmente: a análise da comunicação realizada pela organização em seus meios institucionais – site, publicidade e eventos –; análise de mídia (jornais locais e estaduais); e análise de entrevistas com profissionais de mídia), evidenciam o poder, não apenas econômico, mas também simbólico que a empresa em estudo exerce sobre a população de Carlos Barbosa, bem como dão fortes indícios de a empresa deter legitimidade para intervir nas relações sociais e na gestão pública do município. Considerando-se os resultados dessas análises, pode-se afirmar que aquilo que a empresa comunica sobre si mesma (“organização comunicada”) e suas intenções de imagem-conceito encontra ressonância no que é dito sobre ela pelos comerciantes locais, na perspectiva da “organização falada”.