

## O jogo de enquadramentos no jornal interno Piãoeiro/Roda Livre

*Dôuglas Aparecido Ferreira<sup>1</sup>*

### **Resumo:**

Este artigo busca entender as estratégias de comunicação e as representações de papéis dos principais atores sociais participantes do jornal interno Piãoeiro/Roda livre, uma publicação mensal iniciada por um empregado do setor de logística de uma empresa do interior de Minas Gerais e que aos poucos foi sendo apropriada pelo setor de *marketing* da organização em que circulava. O intuito aqui é não somente direcionar o olhar para a relação como, a partir da compreensão das disputas de poder estabelecidas, ampliar a lente para tratar do movimento relacional dos sentidos que se dá por meio da circulação da comunicação (FAUSTO NETO, 2013). Sendo assim, serão resgatados os estudos de Erving Goffman sobre os enquadramentos e sua utilização não apenas como recurso metodológico nas pesquisas de comunicação, mas como estratégia praticada pelos atores sociais durante as interações. Parte-se do pressuposto que ao fazer esta empreitada investigativa por meio das reflexões sobre os enquadramentos será possível entender as estratégias de poder e resistência que perpassaram o jornal e o seu processo de reformulação editorial que a princípio aponta para uma adequação do informativo ao contexto de poder ao qual ele se constituiu.

### **Palavras-chave:**

Enquadramento. Estratégias de comunicação. Comunicação no Contexto das Organizações. Circulação.

### **Abstract:**

This paper seeks to understand the communication strategies and role representations of the main social actors participating in the house organ Piãoeiro/Roda Livre, a monthly publication initiated by an employee of the logistics sector of a company from the interior of Minas Gerais and that was gradually being appropriated by the marketing sector of the organization in which it circulated. The aim here is not only to direct the look at the relationship, but also to expand the lens to deal with the relational movement of the senses through the circulation of communication (FAUSTO NETO, 2013). Thus, Erving Goffman's studies will be rescued on the frameworks and their use not only as a methodological resource in communication research, but as a strategy practiced by the social actors during the interactions. It is assumed that in doing this research work through the reflections on the frameworks will be possible to understand the strategies of power and resistance that permeated the newspaper and its process of editorial reformulation that at first points to an adequacy of the information to the context of power to which it was constituted.

**Keywords:** Framework. Communication strategies. Communication in the Context of Organizations. Circulation.

---

<sup>1</sup> Professor da Universidade do Estado de Minas Gerais. Mestre em Comunicação Social.

## 1 Introdução

Este trabalho entende a comunicação como um processo interacional, portanto, um fenômeno inerente à sociedade e, por ser assim, uma atividade complexa, multidirecional, imprevisível, contextual, dinâmica e, por fim, construtora da realidade. A origem desta perspectiva comunicacional remonta dos estudos da Escola de Chicago, que ficou conhecida por abrigar uma corrente teórica chamada de Interacionismo Simbólico, tendo como um dos seus principais expoentes o psicólogo social norte-americano George H. Mead. Segundo Vera França (2006), pesquisadora considerada a pioneira em aproximar as discussões do Interacionismo Simbólico aos estudos da Comunicação no Brasil, os trabalhos de Mead se destacam por tratar a interação a partir de uma ação reflexiva, em que indivíduos e sociedade são constituídos em um mesmo movimento recíproco de mútua afetação.

Em suma, a comunicação compreende um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos. (FRANÇA, 2001, p. 16).

A própria autora supracitada destaca que não há nada de novo nesta conceituação de comunicação que ela propõe à luz do Interacionismo Simbólico, afinal, os mesmos elementos presentes em outros modelos também estão presentes nesta proposta conceitual. Todavia, há uma alteração na forma como eles estão dispostos e se inter-relacionam. A riqueza deste esquema teórico está na circularidade e na globalidade do processo que ele tenta apreender, ou seja, no esforço em perceber como se dá a comunicação de forma processual, se distanciando de abordagens funcionalistas que colocam a comunicação como uma ferramenta a serviço da instância de produção, atribuindo uma linearidade à produção de sentido e reduzindo a circulação a uma zona automática de transporte de mensagem que não interferiria na dinâmica relacional entre os interlocutores.

Assim sendo, pode-se entender que a visada interacional da comunicação é também uma tentativa de valorizar os efeitos da circulação nos intercâmbios entre os atores sociais. É na circularidade que os sentidos são construídos e disputados, questionando a lógica determinística que não compreende as defasagens e as instabilidades desse processo. A respeito da circulação, Fausto Neto ressalta que

Enfraquece-se a concepção que lhe foi anteriormente designada de ‘zona de passagem’ na medida em que lhe é atribuída a causa da instabilidade nas relações entre eles (produção e recepção); ou seja, ela é causa de descontinuidades. (FAUSTO NETO, 2013, p. 47).

Seria um equívoco pensar que o modelo interacional negaria a existência dos agentes básicos dos esquemas de comunicação (produção, recepção, meio, mensagem...), ele apenas reforça a ideia de que esses agentes estão imbricados em uma diferente trama de afetações infinitas que dilui qualquer possibilidade de determinismos ou antevisões do processo. “A circulação seria assim uma instância geradora de uma ‘desarticulação’ entre produção e recepção caracterizada por incompletudes e divergências, entre termos de sentido.” (FAUSTO NETO, 2013, p. 55). A partir disso, a produção de sentidos não seria uma atribuição apenas da instância de emissão, mas o resultado de uma construção social que traz consigo traços de todos os elementos que compõe o modelo teórico.

A abordagem interacional vem ganhando espaço nos recentes estudos do campo da comunicação, com destaque para as pesquisas que tratam especificamente a comunicação no contexto das organizações<sup>2</sup>, como é o caso deste trabalho. Marques e Oliveira (2015) afirmam perceber, na atualidade, uma mudança significativa em relação a forma de conceber os fenômenos comunicacionais no contexto das organizações. Segundo elas, os pesquisadores buscam novas direções epistemológicas questionando o lugar comum, a dependência teórica dos estudos administrativos e organizacionais e a abordagem prescritiva característica de parte da bibliografia ainda em uso. Em outras palavras, desloca-se de uma perspectiva funcionalista para uma visão mais crítica, com profundas reflexões sobre as questões que perpassam o campo da comunicação.

É neste novo contexto que teóricos como o psicólogo social Erving Goffman vêm ganhando espaço nas empreitadas investigativas que buscam entender as estratégias de interação e as representações de papéis utilizadas pelos atores sociais durante os processos comunicacionais.

---

<sup>2</sup> Marques e Oliveira (2015) observam que além do paradigma interacional, outras duas tendências epistemológicas vêm ganhando destaque na pesquisa acadêmica da comunicação organizacional no Brasil, a saber, o paradigma da complexidade, a partir dos estudos de Edgar Morin e a Teoria dos Sistemas Sociais de Niklas Luhmann. Para mais, ver MARQUES, Ângela C. S.; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Configuration du champ de la Communication Organisationnelle au Brésil: problématisation, possibilités et potentialités. Communication & Organisation, v. Dez. 2015, p. 109-124, 2015.

Embora Goffman recuse-se a se enquadrar em escolas sociológicas<sup>3</sup>, as coletâneas e os estudos dedicados ao Interacionismo Simbólico insistem em citá-lo entre os autores expoentes desta perspectiva teórica. Na verdade, Goffman foi aluno de pós-graduação na Universidade de Chicago, no período considerado como a “Idade do Ouro”, quando os principais textos de Mead foram publicados, entre as décadas de 1930 e 1950. Isso fez com que o autor tivesse contato direto com a efervescência crítica do Interacionismo Simbólico, o que certamente influenciou toda a sua obra e visão de mundo (NUNES, 2005).

Para entender as trocas interacionais marcadas no jornal interno Piãoeiro/Roda Livre, foram utilizadas as investigações sociológicas de Goffman para o entendimento da problemática da comunicação no contexto das organizações. Recorreu-se à obra do autor porque ela destaca o jogo de representação utilizado durante as interações e os posicionamentos dos atores sociais envolvidos.

Goffman dirigiu sua atenção e seus estudos para as interações cotidianas, para as relações face a face, mas suas categorias analíticas – fachada e fundo; manter a face; enquadramento (quadros de sentido, ou frames), entre outras – se mostraram propícias para serem utilizadas em outros formatos interativos, tais como as interações em grupo ou midiáticas. (FRANÇA, 2006, p. 80).

Neste trabalho, especificamente, serão identificadas situações de comunicação em que se nota o jogo de enquadramentos agenciados pelos atores envolvido na controvérsia do jornal Piãoeiro/Roda Livre. Essa leitura do objeto de estudo a partir da perspectiva teórico-metodológica goffmaniana contribuirá para o entendimento das relações estabelecidas no ambiente organizacional e consumadas nos processos de comunicação.

## 2 O Jornal Interno Piãoeiro/Roda Livre

O jornal Piãoeiro/Roda Livre foi um produto de comunicação de curta duração desenvolvido por um empregado do setor de logística para ser uma publicação não-oficial<sup>4</sup> de

---

<sup>3</sup> Em entrevista concedida à Josef Verhoeven em 13 de Junho de 1980, Goffman declarou que: “Eu suponho que sou o que você chama um interacionista simbólico tanto como qualquer outra pessoa. Mas sou também um funcionalista estrutural no sentido tradicional; assim, se não posso responder a essa questão, é porque não acredito que o rótulo cubra, de facto, alguma coisa. E o que eu fiz até há alguns anos, antes de estar interessado na Sociolinguística, foi uma versão de Etnografia Urbana com Psicologia Social Meadiana.” (GOFFMAN apud SERRA, 2007, p. 135).

<sup>4</sup> A partir dos estudos de Baldissera, entende-se como comunicação não-oficial aquela que não é planejada pela organização. Para mais sobre o assunto ver BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom** (USP), v. 10-11, p. 115-120, 2009.

uma empresa de pequeno porte do interior de Minas Gerais atuante no ramo de distribuição de peças para o mercado de bicicletas. O informativo circulou de março a novembro de 2006, período em que a organização passava por uma fase de transformação no modelo administrativo: de uma gestão familiar para a implantação de uma nova estrutura dos setores, encabeçados por gerentes recém contratados vindos da capital.

Durante esta fase, o proprietário da empresa era uma figura de poder influente entre os empregados. Contudo, apesar de sua presença física, ele já não atuava diretamente nas decisões, que foram sendo aos poucos assumidas pelos novos gestores.

O jornal analisado teve uma participação significativa que alterou a relação entre dois grupos que constituíam a organização, a saber, o da parte de cima e o da parte de baixo. A arquitetura da empresa delimitava esses dois grupos: a parte de baixo era composta por empregados com cargos de subordinação e a parte de cima apresentava atores organizacionais dos dois grupos: subordinados (televentas e técnicos administrativos; empregados com grau menos acentuado de subordinação) e subordinadores (gerentes e o proprietário).

A primeira edição recebeu o nome de Piãoeiro e foi redigida à mão pelo empregado criador da proposta. O título do jornal aponta alguns sentidos interpretativos como: o jornal feito pelos peões<sup>5</sup>, o pioneirismo da iniciativa e o nome de uma das peças da bicicleta, remetendo assim à atividade da empresa. Esse jornal era lido às escondidas pelos empregados da parte de baixo e para isso utilizavam o recurso de escondê-lo embaixo das pranchetas para que o grupo da parte de cima não tomasse conhecimento de sua existência.

O veículo é marcado pela informalidade. A temática do jornal se mostra como uma tentativa de publicar assuntos do âmbito do cotidiano dos empregados da parte de baixo, utilizando-se de recursos linguísticos e visuais como gracejos, anedotas, trocadilhos, sátiras e ironias para circular informações comuns à rádio peão. As matérias são escritas sem o compromisso com as regras dos manuais de redação.

Alheio à vontade de seu criador, o jornal foi parar na parte de cima da empresa, tornando-o de conhecimento do proprietário. Na tentativa de controlar as futuras edições, o dono chama o criador do jornal para conversar e estabelece um acordo com ele de que o jornal poderia continuar circulando desde que haja um cuidado com o conteúdo, de modo que ele não causasse problemas de convivência, ou ainda, processos judiciais por difamação, uma vez que o veículo relatava episódios engraçados envolvendo os empregados.

---

<sup>5</sup> Nome pejorativo que os empregados se referiam a si próprios.

Após esse fato, o jornal se transforma no veículo de comunicação oficial da empresa, e passa por algumas mudanças. O nome é alterado para Roda Livre, já que não pertencia somente aos peões. A produção passa a ser feita em um computador e percebe-se a inclusão de matérias questionando as condições de trabalho dos setores da parte de baixo, isso transforma o informativo também em um espaço para levantar causas trabalhistas.

A terceira edição marca o início da última fase do jornal. A partir dela, a equipe do setor de *marketing* começa a atuar ativamente nele, tanto na produção de conteúdo, quanto na diagramação. Percebe-se, neste período, um aumento considerável na quantidade de assuntos de caráter institucional dividindo espaço com as matérias de estilo informal e as de reivindicações, cada vez menos presentes. Esse conflito de interesses entre subordinados e subordinadores dura até o fim da publicação, na sua oitava edição.

Além da análise das estratégias de interação marcadas no conteúdo das oito edições do jornal, percebeu-se também a necessidade de resgatar a situação em que a publicação se deu. Para tanto, foram realizadas entrevistas em profundidade, através de questionários semiestruturados, com os principais atores identificados na formulação do jornal: o idealizador, o antigo gerente de *Marketing* e seu estagiário, um empregado que exercia funções na “parte de cima”, um empregado da “parte de baixo” e o então gerente de Recursos Humanos<sup>6</sup>. A combinação dessas duas formas de coleta de informações: o conteúdo do jornal e as entrevistas, foram substanciais para o entendimento do jogo de enquadramentos que marcou a situação.

### 3 O Jogo de Enquadramentos no Jornal Interno Piãoeiro/Roda Livre

O conceito de enquadramento, a partir de Goffman, talvez seja o mais resgatado pelos pesquisadores do campo da Comunicação. Mas, antes de se discutir sobre enquadramento, é necessário entender a definição que o sociólogo dá para o termo “quadro”.

Em *Frame analysis: an essay on the organization of experience*, de 1974, Goffman apresenta pela primeira vez uma proposta de percurso metodológico para o estudo dos quadros (*frames*), apoiando-se nos trabalhos de Gregory Bateson, o pioneiro no uso deste termo.

E, claro, muito do que uso será feito a partir do uso que Bateson faz do termo ‘frame’. Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo

---

<sup>6</sup> Para preservar a identidade dos entrevistados, este artigo não publica os seus nomes, todavia, para demonstrar as diferentes perspectivas de acordo com o grupo ao qual pertenciam (subordinador e subordinado), optou-se por identificá-los por setores ou papel de atuação em relação ao jornal.

com os princípios de organização que regem eventos, pelo menos os sociais - e nosso envolvimento subjetivo neles; quadro é a palavra que eu uso para se referir a tais elementos básicos aos quais eu sou capaz de identificar. Essa é a minha definição de quadro. (GOFFMAN, 1996, p. 10-11, tradução nossa).<sup>7</sup>

A partir dessa definição, Goffman reforça a necessidade de se entender o conceito de quadros primários. Ele explica que, na vida social, “existe o fato de que durante qualquer momento da atividade, o indivíduo esteja inscrito, provavelmente, sobre vários quadros” (GOFFMAN, 1996, p. 25, tradução nossa<sup>8</sup>). Apesar dessa sobreposição de quadros, o autor lembra da existência de alguns quadros básicos, partilhados socialmente, que ajudam na compreensão das experiências sociais. “É claro que, às vezes, um determinado quadro é essencialmente relevante e fornece uma primeira resposta à pergunta: ‘o que está acontecendo aqui?’” (GOFFMAN, 1996, p. 25, tradução nossa<sup>9</sup>). A resposta imediata a essa pergunta é o que define um quadro primário, ou seja, é o que faz o ator social entender, desde o começo, a estrutura na qual atuará.

Depois de apresentados os conceitos de quadros e quadros primários, busca-se discutir o conceito de enquadramento.

Nesta perspectiva, os quadros são como matrizes interpretativas às quais os indivíduos recorrem cotidianamente para entender e se posicionar em diferentes situações. **E o “enquadramento” é a mobilização desses quadros** – um processo fundamental na organização da experiência, pois permite definir e compreender o que está acontecendo (dimensão cognitiva), para orientar a ação e o tipo de participação apropriados àquela situação (dimensão prática). (FRANÇA; SILVA; VAZ, 2014, p. 81, grifo nosso).

Infere-se, portanto, que os enquadramentos permitem identificar o tipo de relação que se constrói entre os interlocutores durante uma situação comunicativa, revelando os princípios que a organiza e como os atores estão engajados nela. Enquanto os quadros parecem ser matrizes interpretativas já socialmente consolidadas, os enquadramentos são movimentos dinâmicos agenciados pelos atores sociais na escolha desses quadros para orientar a percepção da realidade.

---

<sup>7</sup> And of course much use will be made of Bateson's use of the term "frame." I assume that definitions of a situation are built up in accordance with principles of organization which govern events-at least social ones-and our subjective involvement in them; frame is the word I use to refer to such of these basic elements as I am able to identify. That is my definition of frame.

<sup>8</sup> There is the embarrassing fact that during anyone moment of activity, an individual is likely to apply several frameworks

<sup>9</sup> Of course, sometimes a particular framework is chiefly relevant and provides a first answer to the question "What is it that's going on here?"

Mendonça e Simões (2012), citando Entman, lembram que os enquadramentos perpassam todo o processo comunicativo, situando-se, portanto, nos interlocutores, no texto e na própria cultura. Ao mesmo tempo, a situação, seria o próprio resultado da interação, atravessada por regras e convenções maiores que partem de um contexto social e que podem ser identificadas através dos quadros utilizados pelos atores.

Os mesmos autores ainda lembram da importância de não fugir do eixo conceitual do termo enquadramento proposto por Goffman. Eles alegam que, com a proliferação do uso desta palavra, em diversas empreitadas investigativas, ela foi perdendo sua proposição inicial. Eles destacam, principalmente, quando da utilização de enquadramento associado à análise dos efeitos estratégicos. Nessa vertente, os quadros de sentidos não são molduras compartilhadas socialmente, mas uma escolha estratégica do ator social para gerar um determinado efeito.

Essa lógica vai de encontro às propostas de Goffman, uma vez que o autor não compactuava com a perspectiva dos quadros serem construções individuais, isoladas de um contexto e estrategicamente mobilizadas para causarem efeitos. “Quadros não são sinônimo de ângulos estratégicos, mas uma maneira de entender as molduras partilhadas de sentido que envolvem os discursos ao mesmo tempo em que são atualizadas e (eventualmente) modificadas por eles.” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 197). Em contrapartida, outras duas vertentes do uso dos enquadramentos estão alinhadas ao pensamento de Goffman e, portanto, se mostram potentes como ferramentas metodológicas. A primeira tem foco na situação interativa e na maneira como os atores sociais se mobilizam para enquadrar e se posicionar perante uns aos outros. Ela se interessa pelas regras, normas e valores que são construídos e compartilhados culturalmente. Já a segunda se projeta no estudo dos ângulos discursivos e nas possíveis interpretações, partindo do pressuposto de que os discursos são resultados dos entrelaçamentos sociais atravessados pelas regras de poder do contexto em que se dão. Portanto, os discursos trazem marcas dos enquadramentos compartilhados pelos atores sociais. Dito isso, alinhar as duas vertentes é a solução mais completa para o enfrentamento do objeto de estudo, articulando-se entre uma abordagem que ressalte a dimensão discursiva da comunicação e a situação na qual ela é produzida (MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

Por meio dessa explicação, nota-se uma intenção de enquadramento quando o jornal Piãoneiro passa a ser chamado de Roda Livre, com a finalidade de se adaptar a um novo contexto que, segundo seu criador, era mais elitizado. Uma parte do editorial da segunda edição



demonstra essa tentativa de ajuste contextual do jornal ao criar uma analogia entre o corpo humano e a empresa:

Sempre digo aos meus colegas para olharem a empresa como um corpo. O cérebro (sic) são a diretoria e a gerência. O coração, o setor de vendas. Os pulmões, toda a equipe burocrática (escritórios, etc.). As veias, onde circula o sangue da empresa são os demais funcionários. Independente do órgão, nenhum pode ficar doente, pois prejudicaria todo o resto. Então, vamos trabalhar em harmonia, lembrando que todos precisam de todos, nos tornando assim um corpo saudável. A amizade é algo que se conquista aos poucos. Espero de coração, que os colegas todos se tornem amigos. Se cada um fizer sua parte, nada será impossível. Começamos, então, desde já. Boa sorte para nós. (RODA LIVRE, 2006a, p. 1).

Há uma tentativa de dar ao novo jornal um tom de veículo integrador da empresa, por meio do discurso de valorização de todos os setores e a mútua dependência entre eles. Ao comparar a organização a um corpo, o editorial aponta os novos caminhos da publicação, uma vez que não era mais “sobre os assuntos internos de nossos interesses” (PIÃONEIRO, 2006, p. 1), mas um veículo que celebra a amizade e o companheirismo entre a parte de cima e a parte de baixo.

A descoberta do jornal pelo proprietário foi crucial para a construção desse novo enquadramento. A visibilidade que o Roda Livre ganhou na empresa criou uma nova situação permeada por intencionalidades discursivas e tentativas de interpretação do contexto. Esse novo posicionamento dado ao jornal é resultante dos entrelaçamentos sociais atravessados pelas disputas de poder e as negociações de interação. Isso explica o uso da publicação para circular as reivindicações trabalhistas desde que essas não fossem explícitas. Percebe-se, então, o esforço para se fazer um veículo de acordo com as exigências organizacionais, sem perder a chance de se lançar também como uma oportunidade de dar voz às solicitações dos empregados.

**Chegava na mão do dono e, se chegava na mão do dono eu não podia ser muito avacalhado, tinha que ser mais sutil.** Por isso que eu ficava brincando aqui: ‘Oh, sauna seca!’. Realmente era um inferno a sala delas. Não é brincadeira. Era ruim mesmo para um setor de logística trabalhar. Era desumano. Porque lá era PVC e não tinha laje. E em cima, era telha de amianto. Então, era calor para caramba e só um ventiladorzinho. **Ou seja, fiquei dando um toque justamente para ver se eles conseguiam um ventilador para eles lá.** (Criador do Jornal, grifo nosso).

O enquadramento dado às reivindicações, assim como já destacado anteriormente, não se limita a uma tentativa de efeito interpretativo; ele é o próprio resultado de um contexto onde os sentidos compartilhados sofrem interferências das condições de poder impostas pela relação

trabalhista. Em seu depoimento, o Criador do Jornal revela o uso da sutileza para se comunicar e isso demonstra um entendimento das condições de fala.

A quarta edição do Roda Livre traz uma nota de agradecimento pelas melhorias conseguidas por meio da circulação do jornal.

Valeu! Agradecemos por terem nos atendido. Até que enfim o telefone sem fio apareceu, vocês fizeram a sua parte, a cada dia fica melhor o nosso ambiente de trabalho. Agradecemos também pelas melhorias nos banheiros, refeitórios e setor de faturamento. (RODA LIVRE, 2006d, p. 2).

Parece haver um cuidado para que o Roda Livre não se tornasse apenas um jornal com reclamações, pois isso poderia trazer problemas e atrapalhar sua continuidade como uma publicação que pretendia integrar a empresa. Elogiando as melhorias feitas pela gestão, o informativo procura se enquadrar como um espaço de conciliação entre os interesses dos empregados e os da gerência, revelando a tentativa de seu criador de se apresentar como um sujeito articulador entre esses interesses e, talvez, conseguir reconhecimento dos superiores através disso. O depoimento a seguir faz uma leitura crítica em relação ao Criador do Jornal e sua estratégia de projetar-se através dele.

Ele [Criador do Jornal] tentou se adaptar ao novo jornal. Enquanto teve, ele foi se adaptando. Até porque era uma forma talvez de se aproximar mais, também. Talvez ele tinha um interesse além do jornal. Se o jornal tinha, vamos supor, um papel de reivindicar e tudo, digamos assim, um meio de expressão do pessoal da expedição, talvez nesse momento, o criador do jornal não foi um representante da expedição cem por cento não. Eu não o critico por isso, mas aí ele já tentou conciliar mesmo. Aí, ele foi mais um conciliador do que um líder. (Estagiário de Marketing).

As relações de poder consubstancializadas através das ordens e gestos vindos da equipe administrativa da empresa, e o potencial de engajamento que o jornal tinha entre os empregados, foram fundamentais para a construção do enquadramento das duas fases do Roda Livre. Ela pode ser resumida como uma conjunção de intencionalidades que ora estava a serviço dos interesses gerenciais e ora se mostrava como um registro dos assuntos recorrentes aos empregados.

Neste período, percebe-se que as condições exigidas pelo proprietário da empresa para o funcionamento do jornal foram subsídios para o entendimento dos envolvidos que o noticiário já não podia ser o mesmo canal informal de outrora. O estagiário revela que o Criador do Jornal foi percebendo essa atualização nas formas de cobrança e de vigilância sobre o veículo.

[*Criador do Jornal*] foi percebendo, claro! Não era tão mais engraçado para eles fazer os jornais, isso era claro. Até porque, antes, era uma brincadeira, agora o pessoal já está querendo pegar no pé dele. ‘Ah, você está gastando muito tempo com o jornal, você está indo lá para cima, que não sei o quê... deixando a sua função.’ E antes ele fazia o que queria no jornal. (Estagiário de Marketing).

O depoimento do empregado da parte de baixo da empresa corrobora com as informações do Estagiário de Marketing sobre a interferência da relação empregado/empregador nas mudanças de quadros do Piãoeiro para o Roda Livre: “Eu acho que a empresa contribuiu para o encerramento do jornal sim. Nem digo que propositalmente, mas que acabou levando, colocando tanto limite, tanta regra, tanta coisa que perdeu a identidade do “Piãoeiro.” (Empregado da Parte de Baixo). Essa fala reforça as convicções sobre enquadramento defendidas por Goffman pois os quadros não são imposições propositas, mas uma consequência das diversas interações que os atores vão tecendo conjuntamente ao longo de seus encontros.

Depois disso, eu estava trabalhando e, às vezes, não estava dando para ele [jornal] subir. O Estagiário de Marketing começou a ajudar. Colocaram ele para ajudar. Sendo sincero, para que ele pegasse e eu não precisasse mais mexer com o jornalzinho. Essa foi a primeira etapa de me afastar. (Criador do Jornal).

No caso do jornal, não houve uma ordem para o fim do Piãoeiro e o nascimento do Roda Livre. O ambiente, as negociações, o histórico, o repertório, os discursos, tudo contribuiu para o entendimento de todas as partes de que um novo veículo precisaria surgir, de preferência um que se enquadrasse em uma proposta que contemplasse diversão, reivindicação e reforço do discurso organizacional, mesmo que isso parecesse contraditório, em princípio.

O novo enquadramento dado ao jornal é resultado das relações construídas pelos atores sociais que compunham a empresa. As interpretações geralmente vinham de contextos maiores alimentados pelos discursos da Economia e do comportamento organizacional e eram replicadas em situações cotidianas contingenciadas por ajustes, negociações, tentativas, erros, acertos, brechas, imposições, consentimentos e disputas.

O aval dado pelo dono da empresa à continuação do jornal, a ida desse para a parte de cima e, finalmente, as condições impostas de tempo, gastos e local de produção delimitam a existência do Roda Livre. O depoimento a seguir ilustra esse cenário de vigilância e também revela a compreensão da situação pelos atores organizacionais.

Os conteúdos eram vigiados sim. Apesar que o pessoal não pesava na mão não. Mas tinha controle sim. A gente via tudo, selecionava quais os recadinhos. Mas não tinha muita censura não, porque o pessoal não pesava na mão não. Acho que eles entendiam que não se podia criticar o chefe e tal. (Estagiário de Marketing).

A partir desse depoimento, entende-se que o enquadramento é um norteador tanto para os grupos dominantes quanto para os dominados. Havia um controle sobre o jornal, mas ele quase não era praticado, uma vez que havia o próprio entendimento dos empregados de que nem tudo poderia ser dito no jornal. A mobilização dos atores sociais, a partir de uma situação interativa, define os modos de enquadramento e de posicionamento. O movimento de enquadrar um contexto para entender como se agir revela as regras, as convenções e os valores compartilhados entre os envolvidos na situação.

#### **4 Considerações**

Este artigo busca reforçar o caráter circulatório da comunicação por meio de uma abordagem analítica que entenda a globalidade e complexidade da disputa e da construção dos sentidos marcados na disputa de poder e na representação de papéis dos atores envolvidos na controvérsia do jornal interno Piãoeiro/Roda Livre.

Esse trabalho se junta a outros em uma tentativa de fugir das perspectivas funcionalistas da comunicação, se distanciando de visões que a coloquem a serviço apenas da instância de produção, geralmente a que ganha mais destaque na bibliografia recorrente, principalmente na subárea da comunicação organizacional que geralmente colocam as empresas em uma posição de protagonismo que não é necessariamente coerente com as práticas do cotidiano.

O jogo de enquadramentos analisado aqui por meio do jornal Piãoeiro/Roda Livre aponta para esse novo olhar em que os grupos historicamente considerados mais fragilizados – os empregados – mostram também seu poder de negociação de sentidos e suas estratégias de interação para fazer valer, mesmo que implicitamente, suas intencionalidades. É nesse desarranjo dos sentidos ocasionados pela circulação da comunicação que se encontram as fissuras para que os atores sociais tracem de forma autônoma suas estratégias de interação mesmo que contingenciadas pelo contexto de atuação, revelando esses atores como elementos ativos no processo, o que leva a crer que a imposição e justaposição de sentidos é uma utopia até mesmo quando se trata de agentes tão politicamente e historicamente empoderados como as organizações.

## 5 Referências

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom** (USP), v. 10-11, p. 115-120, 2009.

FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação?. In: Antônio Fausto Neto; José Luiz Braga; Jairo Ferreira; Pedro Gilberto Gomes. (Org.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. 1 ed. São Leopoldo: Unisinos, 2013, v. 1, p. 43-64.

FRANÇA, Vera Veiga. Sujeitos da Comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, C. FRANÇA, V. (Org.). **Na mídia na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 61-88.

FRANÇA, Vera Veiga. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?**. Ciberlegenda, Niterói, UFF, v. 5, 2001.

FRANÇA, Vera Veiga; SILVA, Terezinha; VAZ, Frances. Enquadramento. In: FRANÇA, Vera; MARTINS, Bruno; MENDES, André. (Org.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. 1 ed. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2014, v., p. 80-83.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeast-tern University Press, 1996.

MARQUES, Ângela C. S.; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Configuration du champ de la Communication Organisationnelle au Brésil: problématisation, possibilités et potentialités**. **Communication & Organisation**, v. Dez. 2015, p. 109-124, 2015.

MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **RBCS**, v. 27, n. 79, p. 187-201, jun./2012. Disponível em: <[www.scielo.br/pdf/rbcso/v27n79/a12.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rbcso/v27n79/a12.pdf)>. Acesso em: 06 ago. 2016.

NUNES, Jordão Horta . **Interacionismo simbólico e dramaturgia: a sociologia de Goffman**. 1. ed. São Paulo/Goiânia: Humanitas/Editora UFG, 2005. v. 1500. 257 p.

PIÃONEIRO. Lagoa da Prata - MG. Mar/2006.

RODA LIVRE. Lagoa da Prata - MG. Abr/2006a.

RODA LIVRE. Lagoa da Prata - MG. Ago/2006d.

SERRA, J. Paulo. **Manual da Teoria da Comunicação**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007.



Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - CISECO

VI COLÓQUIO Semiótica das Mídias • ISSN 2317-9147

Praia Hotel Albacora • Japaratinga - Alagoas • 27 de setembro de 2017

---