

**O RELACIONAMENTO DA EMPRESA TRADICIONAL COM A EMPRESA  
VIRTUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO RAMO  
JORNALÍSTICO**

Gabriella Lisbôa Helbert/Prefeitura Municipal de Cachoeira do Sul/SIPROM  
gabyhelbert@hotmail.com

Orientador Ms. Adm. Gilmar Luiz Colombelli/ULBRA  
gilmarcolombelli@gmail.com

Prof.<sup>a</sup> Ms. Adm. Adriana Porto/ULBRA  
adrianaportoadm@gmail.com

**Resumo:** A internet vem modificando a maneira como as pessoas se relacionam, aprendem e compram. A população está cada vez mais voltada para a praticidade, agilidade e necessidade constante de atualização. Para acompanhar todo esse avanço, as empresas atentas ajustam-se às novas realidades do mercado. As organizações virtuais tornam-se, portanto, importantes estratégias competitivas, de maneira que utilizam os avanços da tecnologia para competir: transformando-se, pelo menos em parte, digital. A tecnologia da informação (TI) é uma ferramenta que permite o desenvolvimento de novos produtos, serviços e mudanças na interação entre empresas e clientes. Em particular à pesquisa, as inovações tecnológicas têm viabilizado a aparição das organizações virtuais. O objetivo desta pesquisa, portanto, foi compreender como o Jornal do Povo, empresa tradicional do ramo jornalístico com 84 anos de atuação no mercado de Cachoeira do Sul/RS e região, desenvolveu uma estrutura virtual e os impactos encontrados nesse procedimento. Como resultados, verificou-se que o processo desenvolvido pela empresa foi com o propósito de acompanhar o mercado, uma vez que esse demanda grandes inovações por parte das organizações. Tratando-se de um jornal, que tem como principal objetivo disponibilizar informação e entretenimento onde o cliente quiser receber, tornando-se, conseqüentemente, ainda maiores essas necessidades. E para isso, foi preciso mexer na sua estrutura, comprar novos equipamentos e terceirizar serviços. Foi também identificado que há um expressivo cuidado com o conteúdo que se dispõe no sítio, pois o serviço foi projetado para promover a satisfação do cliente, utilizando textos persuasivos e atrativos, *design* adequado e fácil manuseio. Além disso, a preocupação da empresa é constante no que tange a confiabilidade e segurança das informações ali publicadas. Conclui-se que a empresa está inserida na plataforma virtual de forma complementar ao jornal impresso, pois buscou, através da TI, tornar-se virtual como estratégia competitiva frente à era da informação.

**Palavras-chave:** internet - organização virtual - tecnologia.

**Introdução:** A internet é uma rede mundial de computadores que vem mudando o mundo e estimulando o interesse da população. Essa ferramenta torna-se cada vez mais acessível no Brasil, sendo uma das principais fontes de informações e aprendizado para as pessoas. Frente a isso, as organizações precisam inovar seus negócios de acordo com as novas condições do mercado. A globalização fez com que as organizações adotassem

novas estratégias para conquistar e manter mercados. Valores, cultura organizacional, objetivos, missões e visões mudaram. Albertin (2004), considera que para uma empresa ser competitiva, especialmente no mercado global atual, ela deve utilizar tecnologia e sua habilidade de criar os diferenciadores que a coloquem à parte, distinguindo-a de forma positiva de sua concorrência. O investimento em informação é fator crítico de sucesso. A tecnologia permite o desenvolvimento de novos produtos e serviços e a mudança da interação entre empresas e clientes. Em particular, as inovações tecnológicas têm viabilizado a aparição de organizações virtuais. Nesse sentido, o escritor Lévy (1998), relata que estas são criadas para se atingir uma meta ou atender a uma necessidade de mercado específica. A necessidade mencionada pelo autor é encontrada na atual conjuntura do mercado, em que as pessoas querem estar em todos os lugares. É explícito, dessa forma, que no âmbito de constantes transformações econômicas, sociais, políticas e exigências do mercado consumidor as empresas almejem novos modelos de negócios com a intenção de incrementarem os mesmos. O meio digital, portanto, é adotado como uma alternativa para as empresas manterem-se competitivas em um mercado em constante evolução. A TI é o recurso tecnológico e computacional para geração e uso da informação utilizada para criar, armazenar e difundir dados e informação na criação do conhecimento. De acordo com o escritor Walton (1998), a TI pode ser entendida como uma gama de produtos, capaz de conectar pessoas entre as organizações. Na concepção de Chiavenato (2010), a tecnologia utilizada pelas organizações está promovendo uma nova ordem no mundo global, em que as empresas ponto.com já definiram os novos padrões da nova economia, renovando a maneira de fazer negócios, de modo que criaram um novo jeito de trabalhar e uma nova cultura de relacionamento entre as pessoas. Antes de conceituar organização virtual, é pertinente definir os dois termos utilizados nessa nomenclatura. Organização é toda a associação, ou instituição, que tenha objetivos, formal ou informalmente, definidos (CRUZ, 2010). E a palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato (LÉVY, 1998). Portanto, o virtual é o que tende atualizar-se sem transpor para o concreto. Para Cruz (2010), é algo que está predeterminado e contém todas as condições a sua realização. No passado, o que era determinante para que as organizações fossem consideradas como tal, hoje não é mais. Um exemplo disso é o espaço físico para a organização existir, materiais de escritórios, utensílios entre outros, já não são mais necessários à existência de muitas empresas. Dessa forma, e do

constante aumento da competição econômica, as organizações são forçadas a mostrar maior flexibilidade e presença global. Para superar esses desafios, procuram-se novos conceitos de negócios. Dentre os variados conceitos está o de organização virtual, que já vem sendo presente no cenário das organizações desde os anos 90. A virtualização de organizações tem sido praticável pelo contínuo avanço das tecnologias, sendo que em alguns casos, a virtualização surge da vontade própria da empresa e outros da necessidade advinda da concorrência ou conjuntura do mercado. Compreensível, portanto, a conveniência de tomar conhecimento do pensamento que envolve essa mudança que surge em empresas tradicionais. **Metodologia:** A presente pesquisa foi classificada, quanto a sua abordagem, como qualitativa, pois visou descrever os impactos encontrados na utilização do meio digital. Para Gil (2010), a pesquisa qualitativa se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com um universo de significados, de crenças, de valores, de motivos, de aspirações e de atitudes. Quanto aos objetivos a pesquisa foi exploratória, pois teve como propósito uma maior familiarização com o tema de estudo e também descritiva, uma vez que se pretendeu descrever os impactos da utilização de uma estrutura virtual relacionando com as variáveis. Com relação ao método de pesquisa, o trabalho se caracterizou por um estudo de caso, uma vez que a coleta de dados foi feita em um caso particular. Para que os resultados pudessem ser alcançados e os objetivos atingidos, aplicou-se uma entrevista semiestruturada ao diretor editor da empresa, onde este respondeu os questionamentos relativos aos impactos da utilização do meio digital para disponibilização do Jornal do Povo. Para elaboração do roteiro da entrevista, foram categorizadas as três variáveis de estudo e as respostas do diretor editor foram sendo organizadas e avaliadas dentro de cada variável, a fim de perceber seu impacto. Também fez-se a pesquisa documental no *site* da empresa, onde pode-se desenvolver uma investigação e análise dos dados pertinentes para a pesquisa. Com estas coletas de dados foi possível verificar os impactos encontrados ao inserir o jornal na plataforma virtual por parte do diretor editor e como essa estrutura virtual está exposta na internet. Este tópico mostrou toda a metodologia utilizada para a realização da pesquisa. No próximo, serão apresentadas as análises e interpretações dos dados obtidos na empresa analisada. **Resultados:** A partir da análise realizada na empresa Jornal do Povo, foi possível verificar os impactos financeiros, mercadológicos e operacionais encontrados ao inserir o jornal a plataforma virtual. Ao observar a avaliação geral dos resultados é possível perceber que a empresa está inserida na plataforma virtual de forma

complementar ao jornal impresso. Não deixando de lado a essência do jornal, que sempre foi entregar o jornal impresso a seus clientes. A empresa buscou adaptar-se a realidade do mercado. Com a disseminação das mídias eletrônicas as pessoas querem estar informadas em tempo real. No decorrer da entrevista pode-se verificar, também, que a representação do *site* no capital da empresa ainda é ínfima, pelo fato de não haver interesse de promover mídia nem promoções para esse potencial cliente, que é o usuário do *site*. No entanto, a organização preocupa-se com os investimentos necessários para manter o jornal *on line*, visto que ao inserir-se na plataforma virtual ele estará inserindo, também, a imagem da empresa; em bem atender o usuário através do *site*, disponibilizando conteúdo gratuito, atrativo e confiável; em dar suporte para o atendimento de dúvidas e de buscas; em aperfeiçoar-se continuamente nessa área virtual e ainda promover o aprendizado, por ela obtido, através de trocas de experiências.

**Considerações:** A partir do estudo desenvolvido, conclui-se que a empresa inseriu seu conteúdo em uma estrutura virtual com o propósito de acompanhar o mercado, uma vez que este demanda grandes inovações por parte das organizações. E tratando-se de um jornal, que tem como principal objetivo disponibilizar informação e entretenimento onde o cliente quiser receber, ficando, portanto, ainda maior essa necessidade de atualizar-se no mercado competitivo. Percebe-se, também, que para a organização adicionar seu conteúdo na internet, foi necessário contratar uma empresa para desenvolver o *site* e o programa de administração de conteúdo. Por isso, foi imprescindível instalar equipamentos novos dentro de sua estrutura. Apesar de a empresa já obter uma área de funcionários responsáveis pela tecnologia da informação (TI), precisou contratar um serviço terceirizado para fazer manutenção e atualizações quando necessário desses novos suportes. O Jornal do Povo preocupa-se com o conteúdo que dispõe em seu *site*, pois o serviço foi projetado para promover a satisfação do cliente, de forma que utiliza textos persuasivos e atrativos, *design* adequado ao seu público e de fácil manuseio. Além disso, a preocupação da empresa é constante no que tange a confiabilidade e segurança das informações ali inseridas, sendo, então, supervisionadas pela direção da empresa. A representação do *site* no capital da empresa ainda é ínfima, tanto que não há nenhum tipo de cobrança para ter acesso ao jornal *on line*. Fazendo, com que, a empresa não tenha interesse de promover mídia nem promoções para esse potencial cliente, que é o usuário do *site*. No entanto, demonstra preocupação em aperfeiçoar-se continuamente nessa área virtual em nome da proximidade com o leitor. Com esses resultados, cumpriram-se os objetivos

estabelecidos para este estudo e pode-se concluir que a empresa está inserida na plataforma virtual de forma complementar ao jornal impresso. Não deixando de lado a essência do jornal, que sempre foi entregar o jornal físico a seus clientes. Entretanto, buscou, através da TI, tornar-se virtual como estratégia competitiva frente à era da informação. Assim, com a finalização deste estudo o presente trabalho não deseja encerrar a discussão sobre os temas aqui tratados, sendo que esta área possui uma inesgotável fonte de informações. Sugere-se, portanto, a realização de novos estudos que venham a complementar este já realizado, para que se possam atualizar os conhecimentos sobre a nova estrutura organizacional – a virtual.

### **Referências**

ALBERTIN, Alberto Luiz. *Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. *Iniciação a Sistemas, Organização e Métodos - SO&M*. São Paulo: Manole, 2010.

CRUZ, Tadeu. *Sistemas de Informações Gerenciais: Tecnologias da Informação e a Empresa do Sec. XXI*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LÉVY, P. *O que é Virtual*. São Paulo: Editora 34, 1998.

WALTON, Richard E. *Tecnologia de Informação: O uso de TI pelas empresas que obtêm vantagem competitiva*. São Paulo: Atlas, 1998.