

Este trabalho de iniciação científica integra a pesquisa Comunicação, cultura e poder: a triangulação "iniciativa privada – poder público – comunidade", em desenvolvimento na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, que tem a Complexidade como paradigma científico. Tem como objetivos revisar bibliografia sobre as noções de opinião pública e poder simbólico e refletir sobre a importância da opinião pública favorável na constituição do capital simbólico das organizações e nas implicações entre “poder privado” e “poder público”, sob o viés da comunicação. A metodologia empregada é a pesquisa bibliográfica e, no sentido de ampliar a reflexão são usados exemplos e contra-exemplos. O estudo, a partir dos autores pesquisados, evidencia o caráter relacional da noção de poder. Nesse sentido, tende a inferir que as organizações empregam diferentes estratégias de comunicação e relacionamento na perspectiva de gerar boa vontade, opinião pública favorável e imagem-conceito positiva para, assim, gerar capital simbólico e ampliar seu poder na tensão “poder privado-poder público”. A pesquisa infere que, dentre outras estratégias para a construção de capital simbólico e legitimidade, as organizações tendem a empregar ações como as de responsabilidade social, investimentos em apoios a eventos e projetos realizados pela comunidade, realização de parcerias público-privadas com as prefeituras municipais, e campanhas institucionais. Da mesma forma, parece evidente a necessária divulgação das ações realizadas pelas organizações, isto é, mais do que fazer, para se instituir como organização legítima, ela necessita comunicar o que fez e fazer reconhecer.