

## Cláudia Peixoto de Moura e Maria Aparecida Ferrari (Org.)

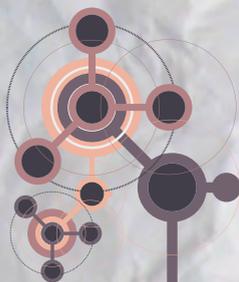
*A pesquisa em comunicação organizacional  
e em relações públicas: metodologias entre  
a tradição e a inovação*

Porto Alegre, RS  
Editora da PUC-RS, 2014  
E-book

Resenhado por

### Valéria de Siqueira Castro Lopes

- Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Mestre em Comunicação para o Mercado pela ECA-USP
- Graduada em Relações Públicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)
- Professora dos Cursos de Graduação em Relações Públicas da ECA-USP e da Faculdade Cásper Líbero
- Docente do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas da ECA-USP
- Consultora associada à Mistura Fina Comunicação Organizacional
- E-mail: [valeriacaastro@usp.br](mailto:valeriacaastro@usp.br)



## Novos enfoques metodológicos para a comunicação organizacional e as relações públicas

New methodological approaches to organizational communication and public relations

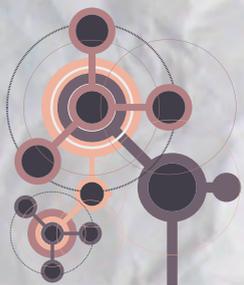
Nuevos enfoques metodológicos para la comunicación organizacional y las relaciones públicas

**R**esultado do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), a obra *A pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e inovação* traz um novo matiz para a temática da pesquisa e metodologia científica no campo da comunicação.

Estruturada em duas partes, a primeira destaca cinco capítulos de autores internacionais e nacionais que apresentam questões contemporâneas no estudo de metodologias fundamentais para as duas áreas. A segunda parte é composta por cinco capítulos inovadores, uma vez que apresentam o estado da arte dos programas de pós-graduação em comunicação organizacional e relações públicas nas diferentes regiões do Brasil, contemplando também uma avaliação dos grupos de pesquisa em funcionamento, além de uma análise crítica sobre a pesquisa acadêmica e a pesquisa de mercado.

A primeira parte do livro, intitulada “Metadiscorso numa cultura de comunicação”, inicia-se com o capítulo “Teorizando o metadiscorso”, de Robert T. Craig, professor do departamento de Comunicação da Universidade do Colorado, nos Estados Unidos. O texto explora a possibilidade de promover a inovação nos estudos de comunicação, relacionando as tradições da teoria da comunicação aos conceitos e aos problemas detectados no metadiscorso corrente. Craig divide sua argumentação em três partes: apresenta um conceito de metadiscorso; defende que o metadiscorso corrente é especialmente rico em diversidade e que não deve ser limitado a um simples modelo de “conduíte” ou de “transmissão”; e, finalmente, com alguns estudos empíricos recentes, ilustra como o metadiscorso pode desencadear a inovação na teoria da comunicação.

No segundo capítulo, “Inovações na pesquisa como ferramenta de produção de conhecimento em organizações”, as pesquisadoras Diva Maria Tamaro de Oliveira e Aurora Yasuda oferecem uma reflexão sobre as novas tendências da área de pesquisa, destacando a crescente relevância das abordagens qualitativas, assim como as contribuições da neurociência e da etnografia. Para as autoras, todas essas inovações conduzem a novas formas de produção de conhecimento nas organizações.



O terceiro capítulo, "Grounded theory: uma introdução às suas bases conceituais", produzido por Francisco Leite e Leandro Leonardo Batista, propõe organizar e compartilhar um levantamento bibliográfico para a compreensão introdutória acerca da metodologia de pesquisa qualitativa denominada *grounded theory* (teoria fundamentada, em tradução para o português). Como nova opção de pesquisa, os autores definem essa metodologia como uma investigação sistemática que configura uma abordagem de pesquisa intersubjetiva alicerçada em dados construídos e revelados a partir de um processo dialógico entre pesquisador e pesquisados.

Outra técnica, mais conhecida, mas sempre relevante, principalmente para os estudos das relações públicas, é apresentada no quarto capítulo, "O estudo de caso em relações públicas: investigação sobre a prática e para a prática profissional", assinado por Mafalda Eiró-Gomes e João Duarte, professores da Escola Superior de Comunicação Social, de Lisboa. Defendem eles que o estudo de caso deve ser entendido como um dos principais métodos de investigação qualitativa em relações públicas e, simultaneamente, como investigação sobre a prática profissional, devendo ser utilizado como um instrumento fundamental no nível da avaliação e, portanto, da investigação em relações públicas.

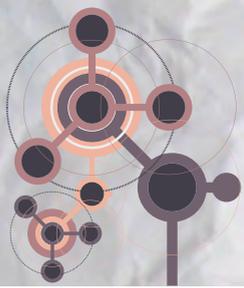
A primeira parte do livro encerra-se com o capítulo "Pesquisas *on-line* e comunidades customizadas *on-line*", de autoria de Rodrigo Strasburg Toni, especialista em pesquisa qualitativa *on-line* e fundador da empresa de pesquisa Flyfrog. Com magistral sinergia, o autor aborda diversas maneiras de ter acesso aos consumidores pela internet e discute as vantagens e as desvantagens desse método em relação a entrevistas pessoais e telefônicas. Também destaca as oportunidades e limitações de painéis temáticos customizados, para garantir acesso das organizações a seus consumidores e clientes.

A segunda parte da obra, que traz como título "Pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas", versa sobre a realidade da pesquisa nos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil.

Claudia Peixoto de Moura, no primeiro capítulo dessa parte, "Grupos de pesquisa em relações públicas e em comunicação organizacional: práticas acadêmicas nas instituições de ensino superior", destaca a função estratégica dos grupos de estudo. A autora apresenta os principais resultados de seu levantamento das práticas acadêmicas de graduação e de pós-graduação das instituições de ensino superior, nas duas áreas, envolvendo grupos de pesquisa registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Seu levantamento mostra que até 2014 existem 48 grupos de pesquisa registrados no CNPq, oriundos dos 44 programas de pós-graduação em comunicação cadastrados na Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

O capítulo seguinte, "A pesquisa em relações públicas: da pesquisa na academia à pesquisa nas organizações", de Maria Aparecida Ferrari, procura mostrar que a investigação em relações públicas ocorre em duas dimensões: aquela que tem como base o rigor teórico-metodológico da academia para gerar a construção de um novo conhecimento; e a que constitui uma etapa do processo presente nos projetos corporativos, utilizada como ferramenta para agregar valor aos negócios. A autora afirma que o rigor da produção muitas vezes tem provocado tensão nos profissionais, em razão de o conhecimento científico nem sempre ser entendido como relevante para o mundo empresarial.

Margarida M. Krohling Kunsch, no capítulo "Comunicação organizacional e relações públicas nos programas de pós-graduação em comunicação na Região Sudeste do Brasil", discorre sobre a pesquisa científica em comunicação e traz reflexões sobre o campo da comunicação organizacional e das relações públicas no Brasil. Apresenta alguns conceitos sobre pesquisa empírica, no âmbito do campo das ciências da comunicação. Em seguida, traça uma visão panorâmica dos 22 programas atuais dessa região, destacando as áreas de concentração e as linhas de pesquisa, bem como o corpo docente.



Também analisa alguns aspectos da produção científica gerada nesses programas entre 2006 e 2013, representada por 109 dissertações de mestrado e 48 teses de doutorado.

O quarto capítulo da segunda parte, “Comunicação organizacional e relações públicas nos programas de pós-graduação em comunicação na Região Sul do Brasil”, desenvolvido por Eugênia Mariano da Rocha Barichello, mostra que ali existem, hoje, oito programas, quatro dos quais no Rio Grande do Sul, três no Paraná e um em Santa Catarina. A autora destaca que um fator positivo encontrado na pesquisa é a tendência para a apropriação de metodologias originárias de outras áreas, as quais são trabalhadas e modificadas de modo a permitir uma identificação maior com os objetos teóricos e empíricos da área de comunicação e também o surgimento de metodologias próprias à área de comunicação e suas práticas.

O capítulo “Comunicação organizacional e relações públicas nos programas de pós-graduação em comunicação das regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte do Brasil”, dos professores João José Curvello e Esnel José Fagundes, encerra o livro. Os autores, analisando os programas instalados em 13 universidades dessa região, identificaram a produção, entre 2006 e 2012, de 58 dissertações e 12 teses nas duas áreas. Assinalam que, nos estudos encontrados, se observa a prevalência da estratégia metodológica de estudos de caso, muitas vezes em razão das particularidades inerentes aos recortes empreendidos nas pesquisas e também às origens institucionais e aos interesses dos próprios pesquisadores.

A pesquisa em *comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e a inovação*, que faz parte da nova coleção digital “Rede Abrapcorp”, oferece a professores, investigadores, alunos e profissionais das duas áreas e de áreas afins um olhar atento para a importância das teorias e dos métodos de pesquisa como caminho essencial para alcançar a excelência dos estudos. Ao lançar seu primeiro produto em formato de *e-book*, a Abrapcorp pretende ampliar o acesso à sua produção, com o objetivo de disseminar novas teorias e conceitos para estimular a produção acadêmica em comunicação, tão necessária para colocar o Brasil na vanguarda científica. Sem dúvida, trata-se de leitura obrigatória para todos os programas de graduação e pós-graduação na área da comunicação das universidades brasileiras.