

O campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências

The academic fields of Organizational Communication and Public Relations in Brazil: characterization, scientific research and trends

Margarida M. Krohling Kunsch¹
Universidade de São Paulo (ECA-USP), Brasil
mkkunsch@usp.br

Recepción: 04/10/2015 Revisión: 26/11/2015 Aceptación: 28/11/2015 Publicación: 04/12/2015
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-07-105-124>

Resumo

Este artigo apresenta uma visão geral das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no Brasil e como estas áreas estão sendo configuradas como espaço acadêmico de pesquisa e de geração de novos conhecimentos, destacando aspectos da pós-graduação com ênfase na produção científica gerada. Descreve uma investigação científica sobre as teses de doutorado e dissertações de mestrado defendidas nos programas de pós-graduação do país, no período de 2000 a 2014. Trata-se de um estudo em construção, onde são explorados alguns aspectos sobre o volume, gênero, metodologia e temática desta produção. A partir dos dados obtidos são apresentadas algumas análises e reflexões sobre principais características e tendências das temas mais recorrentes que vêm sendo pesquisados pelos autores.

Palavras-chave: Comunicação, Comunicação organizacional, Relações públicas, Produção científica, Pós-graduação, Brasil

¹ Professora titular e diretora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre e doutora em Ciências da Comunicação e livre-docente em Teoria da Comunicação Institucional: Políticas e Processos, pela ECA-USP. Autora e organizadora de grande número de obras de Ciências da Comunicação, Comunicação Organizacional e Relações Públicas (mkkunsch@uol.com.br).

Abstract

This paper presents an overview of the Public Relations and Organizational Communication areas in Brazil. It shows how these areas are being set up as academic spaces of research in Brazil, highlighting aspects of postgraduate studies and emphasizing the scientific production generated. It describes a scientific investigation on the doctoral and master's theses defended in the country's postgraduate programs from 2000 to 2014. It is a study under construction, which aims to explore some aspects related to volume, gender, methodology and thematics of this production. Based on the data obtained some analysis and reflections on the main features and trends of the recurring themes in this field are presented.

Keywords: Communication, Organizational communication, Public relations, Scientific Production, Postgraduation, Brazil

Sumário

1. Introdução
2. O campo acadêmico e as interfaces das duas áreas no Brasil
3. Institucionalização como campos acadêmicos
4. As dissertações de mestrado e teses de doutorado
 - 4.1. Procedimentos metodológicos
 - 4.2. Sistematização do estudo realizado e principais resultados
5. Conclusões
6. Referências

Summary

1. Introduction
2. Academic field and the interfaces of the two areas in Brazil
3. Institutionalization as academic fields
4. Dissertations
 - 4.1. Methodology
 - 4.2. Results
5. Conclusions
6. References

1. INTRODUÇÃO

Os campos acadêmicos da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas estão institucionalizados no Brasil, como poderá ser percebido neste artigo, que tem como propósito apresentar um breve panorama da constituição destes e reunir dados sobre a produção científica nessas áreas. Discorre sobre teses de doutorado e dissertações de mestrado produzidas no período de 2000 a 2014 e sobre programas ou cursos de pós-

graduação do país, além de se apresentarem análises e reflexões sobre as principais tendências e perspectivas do desenvolvimento dessas áreas. As fontes primárias para o estudo foram os registros bibliográficos com os resumos das teses de doutorado e dissertações de mestrado defendidas nos programas brasileiros de pós-graduação em Comunicação, disponíveis nos sites desses programas.

As buscas para levantar, identificar, mapear e indexar os registros bibliográficos da produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas tem sido uma das nossas preocupações (Kunsch, 2003a, 2009, 2011 e 2014)². Para viabilizar e dar continuidade a esse trabalho temos, ao longo das últimas décadas, temos desenvolvido projetos de pesquisa, vinculados ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), ao Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Cecorp) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Evidentemente trata-se de um trabalho de equipe e a concretização deste estudo só está sendo possível graças à efetiva colaboração de bolsistas de Iniciação científica e dos pós-graduandos vinculados aos nossos projetos de pesquisa³.

Consideramos de grande importância conhecer o que vem sendo gerado no campo científico-acadêmico de qualquer área, bem como conseguir reunir dados que possibilitem construir seu “estado da arte”. Certamente são bases fundamentais para o avanço da ciência e da produção de um conhecimento inovador e contributivo para a sociedade.

Levantar, verificar, analisar e avaliar a produção científica de uma área do conhecimento não é uma tarefa fácil. Exige disposição e persistência, mesmo sabendo-se que haverá lacunas e que nunca será um trabalho completo e acabado. Primeiro, em razão da dificuldade de acesso a tudo o que é gerado e da falta de uma cultura que leve em conta a importância da documentação da pesquisa e das obras de referência. Segundo, porque os critérios para se definir o que é de fato “produção científica” nem sempre são muito claros e são também por vezes questionáveis.

² Para maiores detalhes sobre os campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas e sobre os programas de pós-graduação em Comunicação, recomenda-se consultar artigos dessas fontes.

³ A complementação e a revisão dos levantamentos anteriores sobre a produção científica contaram com a efetiva colaboração do doutorando Pedro Ulsen e com a participação da bolsista de Iniciação Científica Ana Carolina Rezende

Os estudiosos das Ciências da Informação têm procurado caracterizar o que é produção científica, bem como a literatura da área. Porto Witter (1997, p. 09) mostra a amplitude do termo “produção científica” e sua significação para a sociedade:

Produção científica é a forma pela qual a universidade ou instituição de pesquisa se faz presente no saber-fazer-poder ciência; é a base para o desenvolvimento e a superação de dependência entre países e entre regiões de um mesmo país; é o veículo para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes de um país; é a forma de se fazer presente não só hoje, mas também amanhã. (...). Este rol pode ir longe, mas, seja qual for o ângulo que se tome por referência, é inegável o papel da ciência na vida das pessoas, das instituições e dos países. Pode-se afirmar que alguma produção científica está ligada à maioria, quase totalidade das coisas, dos eventos, dos lugares com que as pessoas se envolvem no cotidiano⁴.

Este artigo não tem a pretensão de apresentar algo completo e acabado sobre a produção científica em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas no Brasil. Trata-se de um estudo em construção, onde são explorados alguns aspectos sobre quantidade, gênero, metodologia e temática e são apresentadas análises e algumas reflexões sobre principais características e tendências. Há intenção de viabilizar no futuro, por meio de um trabalho integrado com mais pesquisadores de outros centros de pós-graduação do país, a realização de estudos bibliométricos e análises mais aprofundadas do conhecimento que vem sendo gerado e acumulado da sobre o tema em questão.

2. O CAMPO ACADÊMICO E AS INTERFACES DAS DUAS ÁREAS NO BRASIL

Entendemos por campo acadêmico um “conjunto de instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino de comunicação e onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação universitária das profissões de comunicação”, na definição de Vasallo de Lopes (2000, p. 42). Tal definição pressupõe três subcampos: o científico, concernente à produção de conhecimento teórico e aplicado; o educativo, com o papel fundamental de reproduzir esse conhecimento por meio do ensino; e o profissional, responsável pela aplicação das práticas e pelo vínculo com o mercado.

⁴ Para maiores detalhes sobre a temática, consultar Witter (1997).

Ao se falar em campo científico, uma referência obrigatória é Pierre Bourdieu⁵. Ele alerta que se trata de um espaço de busca do reconhecimento público e político do saber produzido. Procurar a legitimação daqueles que se dedicam a construir novas teorias, por meio, sobretudo, de sua visibilização diante da comunidade acadêmica e da sociedade, é uma luta constante nesse âmbito:

O campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é lugar, espaço de jogo de uma luta concorrencial. O que está em jogo especificamente nessa luta é o monopólio da *autoridade científica* definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder social; ou, se quisermos, o monopólio da *competência científica*, compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (Bourdieu, 1983, p. 123).

Acreditamos que “autoridade científica” e “competência científica” só são adquiridas a partir de muita pesquisa e de constantes buscas de uma epistemologia da ciência. E, neste caso específico, pelo estudo crítico da produção do conhecimento de Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Para José Luiz Braga (2001, p. 20), “a questão da constituição interna do campo, que não se faz a partir de proposições abstratas ou de gestos epistemológicos formalizados, mas sim de prática da pesquisa; mas que deveria poder ser de algum modo relacionada ao ângulo proposto para que este possa ser visto como produtivo”.

No Brasil as interfaces entre Relações Públicas e Comunicação Organizacional constituem uma realidade. Como campos de conhecimento essas áreas se inserem nas Ciências da Comunicação e nas Ciências Sociais Aplicadas. Estudos realizados nos âmbitos acadêmico e mercadológico sinalizam que elas caminham juntas e a produção científica disponível expressa essa interconexão (Kunsch, 1997, 2003a). Elas se ligam às escolas ou faculdades de Comunicação Social, tanto em nível de graduação quanto de pós-graduação, particularmente nos cursos de Relações Públicas e, em alguns casos, nos cursos de Jornalismo, quando se trata do jornalismo empresarial.

Se levarmos em conta as bases conceituais de ambas as áreas, vamos verificar que possuem suas especificidades próprias e propósitos diferentes, mas que se interconectam à medida que focam em organizações e comportamentos de pessoas, grupos e formação de opinião

⁵ São recorrentes as citações de Bourdieu pelos pesquisadores. Ver, por exemplo: Miranda (2005), Girardi Jr. (2007) e Pinto (2000).

pública e de comportamento de públicos. A Comunicação Organizacional como fenômeno intrínseco à natureza das organizações é um campo dinâmico como um organismo vivo. E as Relações Públicas administram essa comunicação.

Observamos que, para compreender e aplicar os fundamentos teóricos das Relações Públicas, é necessário também conhecer o espectro da abrangência da Comunicação Organizacional e das áreas afins. As Relações Públicas têm como objeto de estudo as organizações e seus públicos. Esse processo mediador só ocorre por meio da Comunicação – contexto no qual a Comunicação Organizacional fornece subsídios teóricos para fundamentar a administração dos relacionamentos entre organizações e públicos.

3. INSTITUCIONALIZAÇÃO COMO CAMPOS ACADÊMICOS

As Relações Públicas e a Comunicação Organizacional constituem hoje campos acadêmicos e científicos próprios, com pesquisas, teorias e literatura reconhecidas mundialmente. O Brasil, graças a uma série de iniciativas e ações concretas de pesquisadores, professores e entidades científicas, demos um salto qualitativo e quantitativo na produção nessas duas áreas, nas duas últimas décadas.

Constituímos uma comunidade acadêmica de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas representativa no país, onde o diálogo entre esses dois campos é uma realidade construtiva e constante. Tanto é que, em 2006, criamos uma entidade científica: a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp)⁶, que tem exercido um importante papel quanto ao reconhecimento desses campos junto à comunidade científica nacional e internacional e aos órgãos de fomento.

Outra conquista é a existência da *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, que se propõe ser um meio de difusão de grandes temas contemporâneos das duas áreas estudadas na universidade e que traduzem necessidades e demandas sociais. Lançada, no segundo semestre de 2004, constitui hoje um periódico científico reconhecido nacional e internacionalmente que conta com 22 edições semestrais⁷.

⁶ Para mais informações, consultar: www.abrapcorp.org.br.

⁷ No site www.revistaorganicom.org.br estão disponíveis todos os números publicados com acesso livre.

Cada edição da *Organicom* contém uma seção representada por um dossiê com textos sobre um mesmo tema, na tentativa de trazer novas contribuições para o debate de assuntos contemporâneos que devem ser equacionados tanto pela academia quanto pelo mercado. Envolvendo estudiosos e especialistas do Brasil e de outros países, a revista abre espaço para artigos resultantes de pesquisa empírica, como um estímulo para que se realizem mais estudos aplicados sobre a temática comunicacional.

Além destas duas iniciativas, que expressam o avanço destas áreas como campo científico, outro dado relevante é a existência de inúmeros grupos e ou centros de pesquisa que atuam no âmbito das universidades e são registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Ministério de Ciência e Tecnologia do país, conforme estudos já desenvolvidos por Moura (2014 e 2013) e Bueno(2014)

Se hoje podemos dizer que essas áreas de estudos estão instituídas no país foi graças a uma série de fatores e conquistas como já descritas. Um longo caminho foi percorrido para que chegássemos ao um reconhecimento público como campo do conhecimento no âmbito das Ciências da Comunicação. O ponto de partida tem como fato marcante a criação do primeiro curso universitário de Relações Públicas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e de outras instituições universitárias, na década de 1960, e, de forma mais, acentuada na de 1970.

3.1. Os cursos de graduação

A trajetória da formação superior em Relações Públicas no Brasil está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há seis décadas⁸ e cujas normas foram estabelecidas há mais de quarenta e cinco anos. Sua institucionalização no país se deu a partir do modelo concebido pelo Ministério de Educação e das sucessivas reformas curriculares implementadas, a partir de 1969, para formatação do curso de Comunicação Social, com as respectivas habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Radialismo (Rádio e Televisão), Cinema e Produção Editorial/Editoração. Ou seja, a formação profissional universitária de Relações Públicas se estabeleceu no âmbito da Comunicação Social e em conexão com as subáreas afins.

⁸ Para mais detalhes sobre o histórico das diversas estruturas curriculares do campo comunicacional no Brasil, consultar Cláudia Peixoto de Moura (1991).

O primeiro curso superior de Relações Públicas, como uma das habilitações da Comunicação Social, foi criado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo em 1967⁹. Outra iniciativa ocorreu no nordeste brasileiro, tendo Francisco Higino Barbosa Lima sido o idealizador e o grande protagonista dessa história, quando, em dia 22 de dezembro de 1967, criou a Escola Superior de Relações Públicas (Esurp), em Recife (PE). Depois de um longo percurso, desde 2014 este curso deixou de existir.

Ao longo das últimas décadas o curso de Relações Públicas no país passou por diversas mudanças curriculares e já foi objeto de estudos e de debates no meio universitário e no mercado profissional. Já tivemos oportunidade de, em publicações anteriores (sobretudo em Kunsch, (2003b), reunir dados históricos sobre seu surgimento e sua evolução. Embora consideremos importante resgatar sua memória, não cabe aqui repeti-la¹⁰. Já chegamos a contar com 102 cursos no Brasil, mas atualmente, segundo dados recentes levantados junto ao MEC, em outras fontes e pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), só há 79, dos quais apenas 66 em funcionamento.

Atualmente as novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação de Relações Públicas estão em curso no país. Essas diretrizes foram elaboradas por uma comissão de especialistas em 2010 e aprovadas e homologadas pelo Ministério de Educação¹¹ em 2013. Trata-se de uma iniciativa inovadora à medida que enfatiza a necessidade de uma formação universitária abrangente e que contemple uma visão integradora com os estudos e as práticas da comunicação nas organizações, envolvendo bases conceituais interdisciplinares e específicas.

Essa comissão realizou amplo e exaustivo trabalho de junho a outubro de 2010, que envolveu não só a produção de documentos, mas também de consultas e ouvidorias dos diversos segmentos envolvidos (estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil). Essas consultas foram realizadas de forma virtual no *site* do Ministério da Educação e em audiências públicas presenciais em cada uma das cinco regiões brasileiras, ocorridas nas cidades de Porto Alegre, São Paulo, Recife, Manaus e Brasília. Também contou com diversas contribuições de entidades empresariais, profissionais e de ensino. Foram, ainda,

⁹ Maria Stella Thomazi registra esse fato em sua tese de doutorado (1991: 39-40).

¹⁰ Cf. Kunsch, M. M. K (2003b)

¹¹ Para maiores detalhes consultar Parecer aprovado pelo CNE em 14 de março de 2013 e Resolução n. 2 de 27 de setembro de 2013. Disponível em: <www.mec.gov.br>.

realizados levantamentos e análises sobre a situação dos cursos de graduação em Relações Públicas no país e sobre a atividade dessa área no Brasil e no mundo.

3.2. A contribuição dos centros de pós-graduação para a pesquisa científica em Comunicação

A pesquisa científica em comunicação começou de forma mais sistematizada nos anos 1970, com os cursos de pós-graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

Esses cursos lideraram os estudos de pós-graduação em comunicação no Brasil até, praticamente, o início dos anos 1990, incluindo-se na década de 1980 o Programa de Múltiplos, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), e o de Comunicação e Cultura Contemporânea, da Universidade Federal da Bahia (UFBA). A partir de 1990 e, sobretudo, na primeira década de 2000 surgem inúmeros novos programas de mestrado em várias partes do país, modificando a concentração antes predominante nos grandes centros, sobretudo do eixo São Paulo-Rio de Janeiro. O país conta hoje com 45 cursos de pós-graduação em Comunicação aprovados e reconhecidos pela Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)¹² e há vários outros em processo de pedidos de credenciamento.

A contribuição dos cursos de pós-graduação para o desenvolvimento e os avanços da pesquisa científica em Comunicação no Brasil tem sido imprescindível. Tal fato pode ser considerado pelo número de programas existentes, pelos estudos que vêm sendo desenvolvidos e pela produção científica gerada nesses centros. Essa produção é socializada em comunicações científicas apresentadas em congressos nacionais e internacionais, publicações em diversos formatos, bem como na literatura disponível. Portanto, os resultados alcançados até o momento são muito significativos.

A existência desses programas tem contribuído para a formação de um grande contingente de pesquisadores, professores e profissionais e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade do ensino nos cursos de graduação espalhados pelo país. Outro resultado muito positivo é a

¹² Fonte: <www.capes.gov.br; www.compos.org.br>.

publicação de livros, capítulos de livros e artigos em periódicos científicos resultantes dos estudos realizados em nível da pós-graduação por toda uma nova geração.

3.3. A produção científica em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas nos programas de pós-graduação

Como nas demais áreas das Ciências da Comunicação, as Relações Públicas e a Comunicação Organizacional no Brasil se desenvolveram como campos científicos a partir da existência dos cursos pós-graduação *stricto sensu*. A existência desses cursos permitiu que aos poucos esses campos fossem tomando forma, buscando se consolidar com novos aportes metodológicos, teóricos e aplicados.

Do conjunto dos 45 programas de pós-graduação em Comunicação hoje existentes no país, pode se dizer que, apesar dos avanços conquistados até aqui, muitos não contemplam nas suas áreas de concentração e linhas de pesquisa as temáticas da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas, ao menos diretamente. No entanto, é bom destacar que esse fato não impede que um pesquisador possa trabalhar essas temáticas como objetos de estudo, ainda que não haja uma evidência no foco da linha de pesquisa. Isso também ocorre em programas de pós-graduação em outras áreas do conhecimento, sobretudo em Letras, Administração, Sociologia, etc. Entendemos que no âmbito desses programas há uma transversalidade que ultrapassa a rigidez imposta, muitas vezes, pelos documentos de áreas produzidos pela Coordenadoria de aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e, no contexto, os estudos perpassam abordagens do campo da comunicação nas organizações.

Evidentemente, quando um programa possui uma linha de pesquisa nas áreas e também conta com docentes a elas vinculados respectivamente, que inclusive fomentem grupos de estudos nessas temáticas, as oportunidades para que pesquisadores possam desenvolver suas dissertações de mestrado e teses de doutorado no campo são muito mais reais e facilitadoras. Poder-se-ia dizer que é o *locus* por excelência.

Os programas que, nas suas linhas de pesquisa, propiciam oportunidades concretas de estudar essas áreas como objetos de estudos, se encontram nestas instituições: Universidade de São Paulo (ECA-USP); Universidade Metodista de São Paulo (Umesp);

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Famecos/PUC-RS); Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas); Universidade Estadual Paulista de Bauru (Unesp-Bauru); Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Universidade Católica de Brasília (UCB); e Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Observa-se ainda que a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) também têm acolhido estudos voltados para os campos da comunicação Organizacional e das Relações Públicas, ainda que nas linhas de pesquisa isso não esteja tão explícito.

Os três primeiros programas – ECA-USP, Umesp e PUC-RS – são os que possuem maior tradição e que lideram. Os demais foram criados nos últimos anos, mas já contam com uma produção crescente. Esses programas, ao contemplar temas relacionados com essas áreas e contando com docentes especialistas, têm permitido grandes avanços na pesquisa científica, sobretudo a partir do ano 2000¹³.

De todo esse conjunto destacamos a contribuição significativa do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da ECA-USP como um centro nucleador. É fato histórico o papel pioneiro que a pós-graduação dessa instituição teve na construção do campo acadêmico da comunicação no Brasil. Sua trajetória confunde-se com a própria consolidação da área das ciências da comunicação no país.

4. AS DISSERTAÇÕES DE MESTRADO E TESES DE DOUTORADO: RECORTE DE UM ESTUDO REALIZADO DE 2000 A 2014

O levantamento da produção científica de dissertações e teses de doutorado em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas foi realizado por meio de um extenso trabalho de busca de informações e dados nos *sites* dos programas de pós-graduação em Comunicação de todas as universidades brasileiras e no portal de teses da Capes. O acesso às teses e dissertações na íntegra foi mais facilitado, a partir do ano 2006, quando, por exigência da própria Capes, todos os programas passaram a disponibilizar na Internet as teses defendidas integralmente. Apesar desta exigência em vigor, nem sempre os *sites* dos programas de pós-graduação dispõem de dados atualizados, dificultando o acesso a eses

¹³ Para mais detalhes, consultar os portais desses programas.

dados. Ora o presente estudo encontramos tal barreira, sobretudo de um programa que não havia disponibilizado até junho de 2015 a produção de teses e dissertações do ano 2014.

4.1. Procedimentos metodológicos

Com base em indicadores temáticos em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas, foram realizadas buscas nos referidos *sites* e também no portal de teses da Capes para identificar primeiro as dissertações e teses relacionadas com essas áreas. A partir dos levantamentos realizados no período de 2000 a 2014, foram organizados os registros bibliográficos com resumo/abstract, palavras-chave, orientador(a), metodologia etc. que serviram de referências para o estudo posterior, que, em síntese é apresentado a seguir.

4.2. Sistematização do estudo realizado e principais resultados

A partir dos registros bibliográficos com o *abstract* e palavras-chave, bem como anotações feitas sobre a metodologia utilizada pelos autores, foram elaborados quadros sintéticos, apresentados em forma de tabelas com dados sobre: número de teses e dissertações por ano e instituição; metodologia; gênero e temática .

4.2.1. Mestrado

Quadro 1
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por quantidade

Programa de Pós - Graduação	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
ECA-USP	6	12	9	10	3	8	0	2	2	0	6	5	5	7	5	80
UMESP	6	1	7	5	5	8	3	7	10	3	2	4	4	7	10	82
Cásper Líbero	4	3	2	2	1	1	2	0	1	2	0	1	5	3	5	32
ESPM	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	5
U São Caetano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	3	5	15
PUC-MG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	4	9
UFMG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
UFJF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
UFRJ	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	2	1	1	10
UNESP	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	7
Unisinos	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0	0	3	7
UCB	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	2	3	2	3	2	16
PUC-RS	4	3	1	4	1	4	3	3	4	3	2	3	1	2	3	41
UFRS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	3	4	10
UFGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	4
UFSM	0	0	0	0	0	0	0	2	3	0	1	3	2	0	1	12
UFBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3
UFCE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
TOTAL	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	30	34	46	336

Nota-se que o maior número é exatamente dos três programas de pós-graduação com maior tradição nas linhas de pesquisa das áreas em questão: a ECA-USP, com 80, a Umesp, com 82, e em seguida a PUC-RS, com 41 dissertações.

Quadro 2
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por gênero

Gênero	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Feminino	16	13	15	16	9	15	9	17	17	9	12	15	16	22	32	233
Masculino	4	6	4	5	1	6	3	3	10	5	6	10	14	12	14	103
Total	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	30	34	46	336

Observa-se uma clara predominância do gênero feminino entre os pesquisadores que defenderam as dissertações no período mencionado. Das 336 dissertações identificadas, 233 foram produzidas por mulheres e 103 por homens. Trata-se de uma realidade identificada, tanto no meio acadêmico como no mercado profissional, no campo da Comunicação em geral e no das Relações Públicas.

Quadro 3
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por metodologia

Metodologia	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Pesquisa exploratória	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	6
Estudo de caso	7	8	8	7	5	8	3	10	11	6	12	14	16	13	13	141
Estudo comparado	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2	3	2	4	14
Estudo de casos múltiplos	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	5
Pesquisa empírica	9	8	7	7	4	10	7	7	10	7	4	8	7	12	26	133
Análise de conteúdo	0	0	0	1	0	1	1	1	3	0	0	2	0	0	0	9
Pesquisa bibliográfica	1	2	3	1	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	12
Não indicada	1	0	1	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0	3	0	11
Total	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	29	30	46	336

Observa-se como tendência geral uma expressiva utilização de pesquisa aplicada nos estudos realizados: estudo de caso (141); pesquisa empírica (133); estudo comparado (14); estudo só bibliográfico (12); análise de conteúdo (9); estudo exploratório; (6), estudo de casos múltiplos (5); e metodologia não indicada (11).

Quadro 4
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por abordagem metodológica

Abordagem metodológica	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Prática	19	18	14	20	9	20	10	17	20	12	15	25	27	24	38	287
Teórica	1	1	4	1	0	1	0	1	1	1	2	0	3	2	7	25
Não indicada	1	0	1	0	1	0	2	2	6	1	1	0	0	8	1	24
Total	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	30	34	46	336

A tabela acima mostra a metodologia dos trabalhos analisados, isto é, se práticos (287) e/ou teóricos (25). Em 24 dos casos não havia menção da metodologia utilizada, o que dificulta a análise dos dados em sua totalidade.

Quadro 5
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por temática

Temática	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Comunicação Organizacional	16	15	14	14	10	16	9	18	23	14	17	25	28	32	38	289
Relações Públicas	4	4	5	7	0	5	3	2	4	0	1	0	2	2	8	47
Total	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	30	34	46	336

Quanto à temática central das duas áreas, fica evidente a predominância dos estudos com foco em Comunicação Organizacional, com 289 trabalhos, em relação às Relações Públicas, com 47.

Quadro 6
Dissertações em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por temáticas mais recorrentes

Temáticas mais recorrentes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Tecnologia, redes e mídias sócias	3	0	0	2	2	3	1	1	4	1	1	8	9	3	6	44
Comunicação, mercado e marca	5	6	6	5	2	4	3	7	9	3	4	5	6	6	4	75
Comunicação e sustentabilidade	0	1	3	3	1	1	2	0	3	1	2	1	3	6	3	30
Comunicação com foco social e comunitário, políticas públicas	6	4	5	3	0	5	3	8	4	4	4	1	3	2	6	58
Comunicação interna, diálogo e interações	3	5	4	5	4	4	2	2	2	2	4	3	2	9	6	57
Narrativas e memória	0	0	1	1	0	1	0	1	3	0	2	5	3	3	5	25
Consumo e comunicação	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	4
Ações culturais	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	3
Estratégias de Comunicação	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	2	8	15
Gestão da Comunicação	2	3	0	2	1	2	0	0	1	2	0	0	2	2	8	25
Total	20	19	19	21	10	21	12	20	27	14	18	25	30	34	46	336

Chama atenção que os temas que mais vêm sendo explorados nos estudos, ou seja, os quatro primeiros na sequência são: Comunicação, mercado e marca (75); Comunicação com foco social e comunitário, políticas públicas (58); Comunicação interna, diálogo e interações (57); e Tecnologia, redes e mídias sociais (44). Somando-se com os que vêm em seguida – Comunicação e sustentabilidade (30); Narrativas e memória (25); Gestão da comunicação (25); Estratégias de comunicação (15) –, pode-se deduzir que os pesquisadores estão trabalhando com temas bem contemporâneos da comunicação nas organizações.

4.2.2. Teses de doutorado

Quadro 7
Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por quantidade

Programa de Pós - Graduação	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
ECA-USP	3	5	1	5	0	7	6	3	2	4	4	3	4	1	4	52
Metodista	3	0	1	0	4	4	3	1	2	1	1	4	0	1	2	27
UFRJ	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1	1	1	0	0	0	6
PUC-RS	0	1	3	1	4	0	2	5	4	0	3	0	1	1	2	27
Unisinos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
UFRS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
UCB	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
UFBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL	6	6	5	6	8	11	14	9	10	8	9	9	5	3	9	118

A ECA-USP lidera no número de teses defendidas no período estudado (52), se comparada com a PUC-RS (27) e a Umesp (27) e com as demais instituições relacionadas. Observe-se que muitas Instituições de ensino superior indicadas na tabela de dissertações também não constam nesta tabela por não oferecerem cursos de doutorado nas áreas analisadas.

Quadro 8
Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por gênero

Gênero	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Feminino	2	4	1	4	5	6	7	5	5	3	8	3	4	0	7	64
Masculino	4	2	4	2	3	5	7	4	5	5	1	6	1	3	2	54
Total	6	6	5	6	8	11	14	9	10	8	9	9	5	3	9	118

Observa-se que no doutorado, diferentemente do que ocorreu com as dissertações de mestrado, no período analisado, houve maior equilíbrio na produção de teses por parte de mulheres (64) e homens (54).

Quadro 9
Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por metodologia

Metodologia	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Pesquisa empírica	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	7	5	2	2	5	62
Estudo de caso	3	0	0	0	4	2	4	4	3	2	1	3	3	1	4	34
Estudo Exploratório	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Bibliográfico	0	1	2	2	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	12
Estudo comparado	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1	1	1	0	0	0	6
Não indicada	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Total	6	5	5	6	8	11	14	9	10	8	10	9	5	3	9	118

Nota-se a predominância de estudos empíricos (62), seguidos dos estudos de caso (34). Isto sinaliza uma forte tendência de valorização da pesquisa aplicada.

Quadro 10
Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por abordagem metodológica

Abordagem metodológica	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Prática	6	4	3	4	6	8	12	9	7	8	8	9	5	3	9	101
Teórica	0	2	2	2	0	3	2	0	2	0	1	0	0	0	0	14
Não indicada	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3
Total	6	6	5	6	8	11	14	9	10	8	9	9	5	3	9	118

Em conexão com os dados da tabela anterior, a maioria das teses utilizou estudos empíricos aplicados.

Quadro 11
Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por temática

Temática	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Comunicação Organizacional	5	4	4	4	6	8	12	8	7	6	8	9	5	2	8	96
Relações Públicas	1	2	1	2	2	3	2	1	3	2	1	0	0	1	1	22
Total	6	6	5	6	8	11	14	9	10	8	9	9	5	3	9	118

Como as dissertações de mestrado, as teses de doutorado em Comunicação Organizacional (96) apresentaram-se em maior quantidade em comparação com as de Relações Públicas (22).

Quadro 12

Teses em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas de 2000 a 2014 por temáticas mais recorrentes

Temáticas mais recorrentes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Comunicação em universidades	2	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	7
Comunicação e Sustentabilidade	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	1	0	0	6
Comunicação com foco social e comunitário, políticas públicas	0	2	0	0	1	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	11
Comunicação, mercado e marca	2	0	1	1	0	2	5	2	1	1	2	1	0	1	0	19
Identidade organizacional	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	5
Estratégias de comunicação	0	0	1	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	18
Epistemologia da comunicação organizacional	1	0	1	1	1	1	2	0	1	0	1	1	0	0	0	10
Princípios organizacionais e relações públicas	1	0	1	1	2	3	2	1	2	1	0	0	0	0	1	15
Comunicação e governança corporativa	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Tecnologia, redes e mídias sociais	0	2	0	0	3	1	1	1	3	0	0	1	0	0	2	14
Consumo e Comunicação	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Comunicação interna, diálogos e interações	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	2	0	0	8
Gestão da Comunicação	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Total	6	6	5	6	8	11	14	9	10	8	9	9	5	3	9	118

Nota-se uma grande variedade das temáticas estudadas nos 118 trabalhos. As temáticas foram, nesta ordem: Comunicação, mercado e marca (19); Estratégias de comunicação (18); Princípios organizacionais e relações públicas (15); Tecnologia, redes e mídias sociais (14); Comunicação com foco social e comunitário, políticas públicas (11); Epistemologia da comunicação organizacional (10); Comunicação interna, diálogos e interações (8); Comunicação em universidades (7); Comunicação e sustentabilidade (6); Identidade organizacional (5); Comunicação e governança corporativa (2); Consumo e comunicação (1); e Gestão da comunicação (2).

5. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Os dados apresentados expressam os grandes avanços dos estudos de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas no Brasil a partir de 2000. Pode-se dizer que está havendo um bom salto de qualidade e uma maior preocupação com os estudos mais críticos e

aplicados, fundamentados teoricamente e pesquisas empíricas. Os dados obtidos indicam uma tendência de valorização de fenômenos de práticas comunicativas.

Espera-se que o presente trabalho contribua para esse fortalecimento das áreas de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional no país e sirva de referência para novos estudos e questionamentos. Acredita-se que a tendência seja melhorar a qualidade da pesquisa científica e com isso se consiga uma identidade mais agressiva do campo, tanto no âmbito acadêmico quanto no mercado profissional.

A universidade, por meio dos seus atores, tem uma dupla missão a cumprir, como recorda Morin (2009, p. 15):

A universidade conserva, memoriza, integra e ritualiza uma herança cultural de saberes, ideias e valores, porque ela se incumbe de reexaminá-la, atualizá-la e transmiti-la, o que acaba por ter um efeito regenerador. A universidade gera saberes, ideias e valores que, posteriormente, farão parte dessa mesma herança. Por isso, ela é simultaneamente conservadora, regeneradora e geradora.

Nesse sentido, ao mesmo tempo em que se preserva e valoriza o passado, os valores e saberes já constituídos por uma sociedade, a universidade precisa ter a coragem de criar, ousar, inovar e induzir a construção de novos paradigmas para o desenvolvimento da educação e da ciência. Esses ensinamentos devem pautar também a pesquisa e a produção científica em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas.

6. REFERÊNCIAS

BORDIEU, P. O. (1983). In *Sociologia* (121-155). São Paulo, SP: Ática.

BRAGA, J. L. (2001). Constituição do campo da comunicação. In Fausto Neto, A. et al. (org.). *Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas* (11-39). João Pessoa, PB: Editora da UFPB.

BUENO W. C. (2014) A investigação em comunicação organizacional no Brasil: uma leitura abrangente dos grupos de pesquisa cadastrados no CNPq Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 15, n. 28:(32-40) jan-jun, p. 32-40.

GIRARDI Jr, L. (2007). Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação. São Paulo, SP: Annablume.

KUNSCH, M. M. (2003a). A produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil: análises, tendências e perspectivas. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, SP, 39, A24, 93-125.

KUNSCH, M. M. (2003b). Propostas pedagógicas para o curso de relações públicas: análises e perspectivas. In Peruzzo, C. M. K. y Silva Bastos, R. B. da (org.). *Retrato do ensino em comunicação no Brasil* (45-62). Taubaté, SP: Unitau/Intercom, 2003.

KUNSCH, M. M. (org.). (2009). *Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão.

KUNSCH, M. M. (2011). A pesquisa empírica em comunicação organizacional e em relações públicas no Brasil: conquistas, tendências e desafios. In Barbosa, M. y Moraes, O. J. de (org.). *Quem tem medo da pesquisa empírica em comunicação?* P.463-483, São Paulo: Intercom.

KUNSCH, M. M. (2014). Comunicação organizacional e relações públicas nos programas de pós-graduação em comunicação na região sudeste do Brasil. In Moura, C. P. de y Ferrari, M. A. (org.). *A pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e a inovação* (156-179). Porto Alegre, RS: Edipucrs. E-book. Disponible en: <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/series/abrapcorp/>.

LOPES, M. I. V. de. (2000). O campo da comunicação: institucionalização e transdisciplinação. In LOPES, M. I. V. de, FRAU-MEIGS, D. y SANTOS, M. S. T. (org.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras* (41-56). Recife, PE: Bagaço; São Paulo: Intercom.

MEC - Ministério da Educação. Parecer aprovado pelo CNE em 14 de março de 2013 e Resolução n. 2 de 27 de setembro de 2013. Disponível em: www.mec.gov.br.

MIRANDA, L. (2005) *Pierre Bourdieu e o campo da comunicação: por uma teoria da comunicação praxiológica*. Porto Alegre: Edipucrs.

MORIN, E., ALMEIDA, M. da C. y CARVALHO, E. de A. (org.). (2009). *Educação e complexidade: os setes saberes e outros ensaios*. 5. ed. São Paulo: Cortez.

MOURA, C. P. de. (2002). O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre: Edipucrs.

MOURA, C. P. de (2014). Grupos de pesquisa em relações públicas e em comunicação organizacional: práticas acadêmicas nas instituições de ensino superior. Moura, C.P. y Ferrari, M. A.. (Org.). A pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e a inovação. 1ed.Porto Alegre: EDIPUCRS ? Editora Universitária da PUCRS, v. 1, p. 114-130.

MOURA, C. P. De, GOMES, V. M. L. R. (2013) . Grupos de Pesquisa em Relações Públicas e Comunicação Organizacional: temáticas adotadas nas instituições de ensino superior. In: Marchiori, M. (Org.). Comunicação em Interface com Cultura. 1ed.São Caetano do Sul / SP e RJ: Difusão / Senac Rio de Janeiro, v. 1, p. 163-179.

PINTO, L. (2000). *Pierre Bourdieu e a teoria do mundo social*. Rio de Janeiro: Editora FGV,

THOMAZI, M. S. (1991). *O ensino e a pesquisa em relações públicas no Brasil e a sua repercussão na profissão*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) –São Paulo, ECA-USP.

WITTER, G. P. (1997). *Produção científica*. Campinas, SP: Editora Átomo.

Forma de citar este artículo:

KUNSCH, M. M. (2015). O campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. V, Nº 10, 105-124. Recuperado el ___ de _____ de _____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-07-105-124>.