

ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA EMPÍRICA EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS:

Uma análise das assessorias de comunicação em Goiás – Brasil

METHODOLOGICAL ASPECTS OF EMPIRICAL RESEARCH IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS:

An analysis of some organizations in state of Goiás – Brazil

Simone Antoniaci Tuzzo*, Tiago Mainieri**

RESUMO: A proposta do artigo é apresentar e discutir aspectos metodológicos da pesquisa empírica em comunicação organizacional e relações públicas. A necessidade de consolidação de um corpus teórico para esse sub-campo da comunicação é patente, principalmente, a partir de sua efetiva inserção nos programas de pós-graduação em comunicação e com a criação de linhas de pesquisa contemplando como objeto de estudo a comunicação organizacional e as relações públicas. Discutir os aspectos metodológicos da pesquisa que é produzida significa um passo na consolidação do corpus teórico da área. A tradição de pesquisa nesse campo revela uma contribuição importante da pesquisa empírica na consolidação desse campo. O estado da arte demonstra certa fragilidade do campo, à medida que a pesquisa nem sempre traz a devida explicitação metodológica o que prejudica o avanço e a consolidação da área. Nesse sentido, nos apropriamos do modelo metodológico proposto por Vassalo Lopes, como modelo de interpretação e reconstrução da pesquisa empírica, para analisar uma pesquisa sobre as assessorias de comunicação de organizações do Estado de Goiás.

PALAVRAS-CHAVE: Assessorias de Comunicação. Reconstrução da Pesquisa Empírica em Comunicação. Organizações Sociais.

ABSTRACT: *The paper proposal is to present and discuss methodological aspects of empirical research in organizational communication and public relations. It is important for consolidation of a theoretical corpus in communication field, especially the effective integration in post graduate programs. In addition, it's important the creation of research lines discussing the object of study in organizational communication and public relations. Analyze the methodological aspects of research that is produced is one step to consolidate the theoretical corpus of the area. The tradition of research in this field reveals an important contribution of empirical research in the consolidation of this field. The state of art shows some weakness of the field, as the research does not always bring the proper methodological explanation which hinders the advancement and consolidation of the area. In this sense, we take the methodological*

* Simone Antoniaci Tuzzo é Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ em 2005 e Professora Adjunta do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás – UFG – Goiás. Membro da Intercom. Professora pesquisadora nas áreas de Imagem, Mídia e Opinião Pública. Autora do livro Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, Mídia e Universidade. E-mail: simonetuzzo@hotmail.com.

** Tiago Mainieri é Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP em 2008 e Professor Adjunto do curso de Relações Públicas e do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG. Professor pesquisador com projetos desenvolvidos com o apoio do CNPq, Capes e Fapergs. Membro da Abrabcorp e da Intercom. Foi coordenador dos cursos de graduação e pós-graduação em comunicação da Universidade Regional do Noroeste do Estado do RS. Integrou equipe de avaliadores ad hoc do INEP-MEC. E-mail: tiagomainieri@hotmail.com

model proposed by Vassalo Lopes, as a model of reconstruction and interpretation of empirical research to analyze a survey regarding the organizational communication in the state of Goiás.

KEY WORDS: *Organizational communication. Methodologic aspect. Social organizations.*

INTRODUÇÃO

O artigo propõe uma análise do percurso metodológico de uma pesquisa no campo das relações públicas e da comunicação organizacional. Para tal empreitada recorreremos ao modelo de interpretação metodológica de Vassalo Lopes (2003).

Devemos considerar que na sociedade moderna a comunidade se transforma no próprio laboratório permanente de pesquisa e observação. Nesta lógica, o tripé ensino – pesquisa – extensão tem função conjugada e permitirá ao aluno reconhecer que o espaço universitário dedicado à construção do conhecimento vai além de uma sala de aula, onde se realizam as aulas teóricas e além dos laboratórios, onde se realizam as aulas práticas. O espaço de aprendizado está em toda a sociedade e o aprendizado não necessita de local ou horário pre-determinados pelas regras universitárias.

Os alunos devem enxergar o cotidiano como um grande laboratório, onde todo tipo de manifestação possa ser analisado, sob a ótica da ciência que se pesquisa e que se quer descobrir. O olhar deve ser crítico e o senso comum deve ceder lugar ao questionamento. No caso dos alunos de Comunicação Social, revistas, jornais impressos, internet, rádio, e televisão devem se constituir em material permanente de estudo. A opinião da grande massa não deve influenciar o jovem cientista em suas investigações, pelo contrário, deve servir de início para um novo questionamento.

A educação é a cada dia consolidada como fenômeno plurifacetado, ocorrendo em vários lugares, independente de serem institucionalizados. Isso significa que o indivíduo não aprende só na sala de aula; a pedagogia está na igreja, nos clubes recreativos, nas socie-

dades amigos de bairro, nos *shopping centers*, ou seja, a educação informal e não somente através da educação formal, proporcionada pela escola, pela universidade.

Braga e Calazans (2001, p.11) nos colocam que “É fácil encontrar tomadas de posição apriorísticas e posições excludentes – no sentido de que, para valorizar uma alternativa, uma idéia, um processo, são recusados outros, construídos artificialmente como opostos”. Em outras palavras, para muitos, a educação informal seria o oposto da educação formal. Isso não é verdade.

A verdade é que as esferas sociais modernas, marcadas pela tecnologia educam. Educam-se a partir de paradigmas pré-estabelecidos de educação, é um outro questionamento. Beillerot (1985) chama o fenômeno de “sociedade genuinamente pedagógica”.

Contudo, é importante destacar que conhecimento e educação não se reduzem à informação, se assim o fosse, poderíamos substituir todas as universidades por bibliotecas somente. A informação é o passo que antecede o conhecimento de forma indissociada. Para além destes, temos a consciência como conceito que complementa a apropriação de um saber.

Neste formato, todos os alunos, dentro de um mesmo propósito de pesquisa permanente sobre o desenvolvimento da sociedade frente aos conceitos de comunicação, trarão para as salas de aula elementos diferentes a cada encontro, capazes de transformar as teorias científicas em verdadeiros conceitos aplicados. “Onde quer que possa haver uma aprendizagem significativa buscando atingir intencionalmente objetivos definidos aí encontramos uma ”aula universitária” (MASETTO, 1998, p. 85).

É importante observar a amplitude de ação que caracteriza os campos da educação e da comunicação. Independente das estruturas pedagógicas adotadas como



forma de sistematização e institucionalização do processo de aprendizagem, tudo é educação, por conseguinte nenhum tema está fora das interações sociais, que compõem os processos de construção de sentidos fundamentais às atividades do homem enquanto ser social.

Como auxílio a esta reflexão, Braga e Calazans (2001), observam que o educacional se coloca, diretamente, como uma questão central no desenvolvimento das novas interações da comunicação social. A cada invenção tecnológica, a sociedade atribui aos processos comunicacionais, desenvolvidos em torno da invenção, uma expectativa educacional. Paralelamente, a questão comunicacional, para além de seu espaço próprio, interessa a todas as demais atividades humanas. Os dois campos se investem de uma competência para tratar de todas as coisas do mundo físico ou social – segundo as perspectivas de seus próprios objetivos e processos. O importante é observar a área de interface entre a comunicação e a educação.

Essa reflexão nos dá a certeza de que a teoria e a prática não são processos dissociados, pelo contrário, uma não pode se completar sem a outra. Nos dois itens que compõem este artigo buscamos explicitar as teorias e as práticas desenvolvidas em Goiás, com pesquisa realizada nas principais organizações do Estado. A realidade encontrada a partir da pesquisa reforça a idéia de que, muitas vezes, o trabalho das organizações, no tocante às atividades das assessorias de comunicação, é diferente daquilo que os alunos aprendem nos cursos de Comunicação Social.

DESCONSTRUÇÃO DA PESQUISA SOBRE AS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO EM GOIÁS – UM OLHAR REFLEXIVO

A pesquisa empírica no campo da comunicação organizacional e das relações públicas tem desvelado um campo fértil em termos de procedimentos metodológicos. A inserção dessa área no âmbito das Ciências da Comunicação tem se caracterizado pela

natureza interdisciplinar desses estudos. Em especial, uma perspectiva em termos de procedimentos e metodologias qualitativas vem marcando esse campo. Propusemo-nos analisar esse percurso da pesquisa empírica no campo a partir da desconstrução de uma investigação conduzida com organizações do Centro-Oeste.

O fenômeno da comunicação no contexto das organizações revela uma vertente de estudos teóricos e práticos. Esses estudos estão envoltos em um objeto de estudo que permite um olhar multifacetado, com leituras e interpretações distintas. Esse objeto paira sob a comunicação como algo novo, distinto de outras vertentes de estudos nas Ciências da Comunicação que tradicionalmente constituíram-se como linhas de pesquisa.

O campo da Comunicação abarca subáreas que contemplam os diferentes processos e práticas desenvolvidas no âmbito comunicacional. Nitidamente faz-se necessário reconhecer os diferentes percursos teóricos e metodológicos para entender o “comunicacional” no contexto organizacional. A lógica dos processos comunicacionais e informacionais deve ser passada a partir de sua apropriação pela sociedade organizacional.

Neste sentido, corrobora a afirmação de Braga (2001) acerca da perspectiva comunicacional. Para ele, “No campo da comunicação, todo e qualquer fato humano seria problematizável no ângulo comunicacional, o que significa objetivar, destacar e problematizar a dimensão comunicativa dos diversos procedimentos humanos” (BRAGA, 2001, p.18).

A importância dos processos mediáticos nos estudos do campo da Comunicação, de acordo com Braga (2001), não pode restringir a perspectiva ampla sobre o comunicacional. O autor coloca como desafio ao campo desentranhar o objeto comunicacional dos demais objetos de conhecimento humano



e social. Uma das questões nucleares das pesquisas em relações públicas e comunicação organizacional tem sido tentar delimitar esses campos, estabelecendo limites e interfaces. Tarefa que vem sendo cumprida pelos pesquisadores reunidos em núcleos e grupos de pesquisa vinculados, por exemplo, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom e a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas - Abrapcorp. Além do esforço coletivo em torno da produção bibliográfica nessa área, que nos últimos anos tem demonstrado seu vigor.

A oportunidade de inserirmos uma discussão metodológica acerca da produção científica nesse campo é vital e constitui-se num espaço para reflexão dessas práticas teóricas. Cabe destacar que a concepção metodológica muitas vezes restringe-se aos procedimentos técnicos de uma pesquisa empírica. Vassalo Lopes (2003) defende a necessidade de um modelo metodológico para a comunicação, considerando as condições concretas da prática científica em comunicação. Para apropriarmos-nos do modelo de leitura e desconstrução proposto por Vassalo Lopes (2003), faz-se pertinente tecer um panorama do mesmo.

O modelo proposto por Vassalo Lopes (2003) parte da premissa de que a pesquisa se configura como estrutura e como processo. Enquanto estrutura, temos uma articulação entre as instâncias epistemológica, teórica, metódica e técnica. Enquanto processo, temos a articulação entre as fases da pesquisa: definição do objeto, observação, descrição e interpretação. Da articulação entre estrutura e processo, instâncias e fases é que se constrói a prática da pesquisa empírica.

A autora sugere a aplicação do modelo metodológico tanto a discursos já produzidos quanto a discursos em produção. Portanto, trata-se de um modelo de interpretação metodológica caracterizando-se, de acordo com a autora, “como um modelo de

reconstrução metodológica, isto é, um modelo para o intérprete/leitor; [...] e como um modelo de construção metodológica, um modelo para o investigador”. (VASSALO LOPES, 2003, p.115)

A proposição de Vassalo Lopes vem preencher uma lacuna nas investigações em comunicação, na medida em que permite uma análise da falta de explicitação da estratégia metodológica na grande maioria das dissertações e teses da área. Como afirma a autora,

[...] é importante salientar que essas opções são normalmente tomadas com um baixo grau de consciência por parte do investigador. No caso das pesquisas de Comunicação Social, esse fato se expressa, em princípio, por uma quase ausência de explicitação da estratégia metodológica que sustenta a investigação (VASSALO LOPES, 2003, p.101)

O modelo metodológico se propõe a ser um modelo de construção (discurso científico em produção) e desconstrução (discursos produzidos). Perfeitamente o modelo se aplica em ambas as situações.

Porém, no presente trabalho o tomamos como modelo de desconstrução. Nesse caso, temos duas funções primordiais: descritiva e crítica. Como afirma Vassalo Lopes.

Por meio da descrição, que nunca é neutra, pois parte de uma série de postulados sobre a natureza da pesquisa, o modelo realiza a explicação dos fundamentos metodológicos da pesquisa. Mediante a função crítica, busca uma intervenção e reorientação das estratégias de investigação, na medida em que os obstáculos são identificados no processo de pesquisa e vias de superação podem ser propostas. (2003, p.115)

O modelo nos permite uma leitura de ordem ‘paradigmática’ (níveis/instâncias) e ‘sintagmática’ (fases ou etapas). Vassalo Lopes (2003, p.119) afirma que “toda pesquisa engaja, explicita ou implicitamente, as seguintes instâncias metodológicas: epistemológica, teórica, metódica e técnica. Cada instância interage em suas operações com as outras instâncias e está presente em cada fase da pesquisa”. Na figura 1, pode-se visualizar a representação gráfica do modelo metodológico da autora.

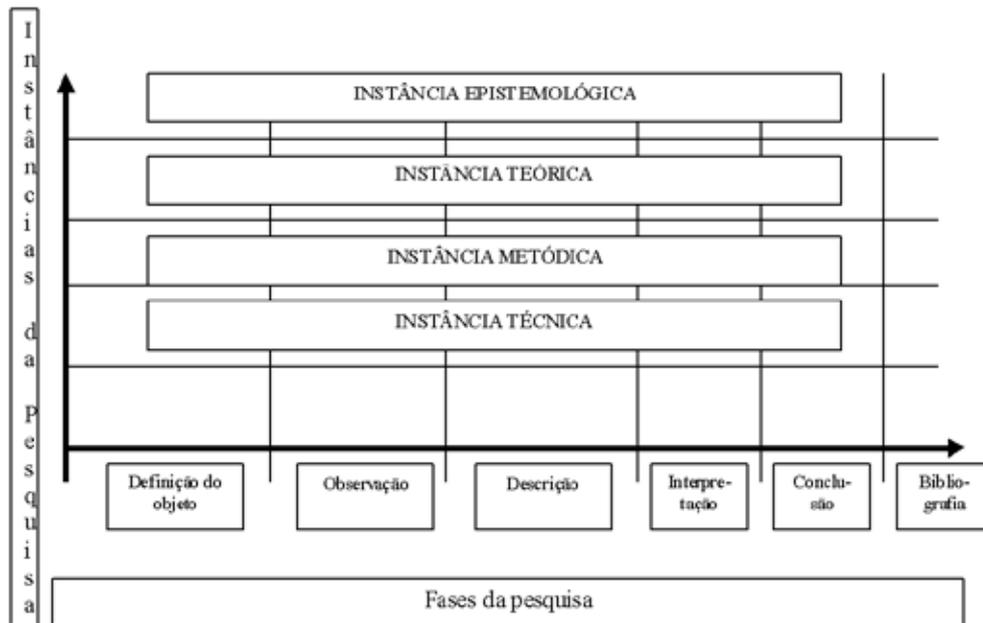


Figura 1 – Modelo metodológico da pesquisa proposto por Vassalo Lopes (2003)
Fonte: Vassalo Lopes (2003, p.156)

A desconstrução da pesquisa “Assessorias de Comunicação e suas várias denominações – Reflexões sobre a Grande Goiânia”, a partir do modelo metodológico (VASSALO LOPES, 2003), nos permite extrapolar uma descrição e uma crítica à pesquisa em questão, e também perceber problemas internos com relação à produção do conhecimento no campo da comunicação e, além disso, nos convencer que o discurso e a prática científica devem estar embasados metodologicamente. Portanto, nossa intenção é delinear a ‘arquitetura’ da pesquisa, a partir da percepção de suas opções, seleções, combinações, etc.

Deste modo, é com base no modelo metodológico de pesquisa que iremos desconstruir a pesquisa. O modelo concebe o processo de pesquisa enquanto articulação e “cruzamentos que se dão entre as operações envolvidas em cada fase e as operações propriamente estruturais do nível epistemológico, teórico, metódico e técnico”. (VASSALO LOPES, 2003, p.135)

Como expusemos acima, a desconstrução da pesquisa sobre as assessorias de comunicação é fundamental para entendermos o processo de como se dá a pesquisa em Ciências Sociais, especialmente em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Esse exercício de reflexão metodológica nos permite, na verdade, uma reflexão do campo em si, e como tem se dado o processo interno de produção dos discursos científicos na comunicação, essencial para que a pesquisa no campo da comunicação não seja reduzida somente a procedimentos de pesquisa.

O modelo apresenta a articulação vertical da estrutura da pesquisa e a articulação horizontal da pesquisa enquanto processo. Portanto, o modelo se configura numa dinâmica “rede de articulações verticais e horizontais tecida pelo raciocínio científico”. (VASSALO LOPES, 2003, p.96)

É a partir dessas articulações, imbricações e interconexões que concebemos a presente desconstrução. Dessa forma, não partimos de uma visão estreita



que burocratiza a pesquisa e a reduz a procedimentos. Pelo contrário, conforme Vassalo Lopes (2003, p.98) “(...) a complexidade do objeto das Ciências Sociais exige interpenetrações de suas diversas instâncias e voltas constantes entre as operações envolvidas em suas fases” (Figura 2).

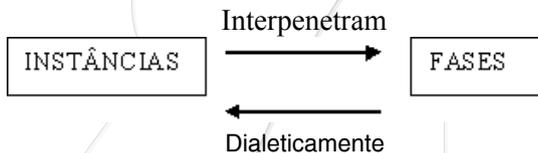


Figura 2 – Relação entre as instâncias e fases da pesquisa

Martino (2001) afirma que a pesquisa empírica, além de fornecer dados que alimentam a reflexão, regula o trabalho reflexivo acerca do objeto de estudo comunicação. Para Martino (2001, p.73) “o que se torna objeto de estudo da disciplina Comunicação são as práticas comunicacionais liberadas pela sociedade complexa.”

A pesquisa empírica em comunicação caracteriza-se pela utilização de uma grande variedade de métodos. Tradicionalmente, a pesquisa empírica faz uso de uma grande variedade de métodos quantitativos (Da Via e Dencker, 2001). Apesar do forte apelo das pesquisas quantitativas, esforços têm sido empreendidos na consolidação de uma metodologia da pesquisa qualitativa. A pesquisa sobre as assessorias de comunicação de organizações goianas utiliza-se de uma abordagem qualitativa.

Da Viá e Dencker (2001, p.49) definem metodologia como o

estudo analítico e crítico dos métodos de investigação e de prova. A metodologia não é, senão, uma reflexão, sobre a atividade científica que está sendo desenvolvida para obter, em determinado momento, um retrato dessa atividade – retrato esse que deferirá de acordo com a ciência sobre a qual estamos refletindo.

As pesquisas empíricas em Comunicação Organizacional e Relações Públicas exploram, descrevem, explicam e formulam predições sobre os acontecimentos do mundo que nos rodeiam. Suas proposições devem

ser confrontadas com os fatos e só têm validade se verificadas experimentalmente. Alia-se a isso a necessidade de explicitação metodológica para validar a possibilidade de generalizações, critérios, repetição, etc.

A necessidade de produzir conhecimentos sobre a realidade (de interesse prático) é essencial para o avanço do campo de Comunicação Organizacional. A observação empírica a partir da análise sistemática dos fatos poderá permitir uma intervenção qualificada.

O objeto da comunicação são fenômenos comunicacionais da sociedade atual. Para Vassalo Lopes (2003), o objeto é dinâmico e mutável. Extrapolar pesquisas meramente descritivas no campo da Comunicação é essencial no processo de construção teórica.

O aspecto central de qualquer pesquisa empírica consiste em observar a realidade. Da Via e Dencker (2001, p.74) afirmam que

“para que essa observação se processe de maneira científica e sistemática é necessário que o pesquisador defina de forma precisa o que deverá ser observado.”

As autoras reforçam ainda que “no estudo qualitativo, a análise de dados segue um processo indutivo. Os pesquisadores não se preocupam em buscar evidências que comprovem as hipóteses. O fato, entretanto, de não existirem questões formuladas a priori não implica a inexistência de um quadro teórico.” (DA VIA; DENCKER, 2001, p.186-187). Muitas são as pesquisas quantitativas que oferecem um falso rigor, amparado pela aparente inquestionabilidade dos números.

Dessa forma, a pesquisa qualitativa realizada com as organizações de Goiás tem um ambiente natural como sua fonte direta de dados, sendo então o pesquisador seu principal instrumento. Esse tipo de pesquisa supõe o contato direto do pesquisador com o ambiente que está sendo investigado. O material obtido nessas investigações é rico em relato de pessoas, situações e acontecimentos, incluindo transcrições de entrevistas.

A preocupação com o processo é muito maior do que com o produto. O interesse do pesquisador é verificar como o problema se manifesta.

Podemos, então, caracterizar a pesquisa realizada sobre as assessorias de comunicação no Estado de Goiás como empírica exploratória com a finalidade de formular um problema e esclarecer questões para desenvolver hipóteses, servindo de base para pesquisas futuras, numa abordagem qualitativa por meio de entrevistas. Apesar de estudos exploratórios não necessitarem de uma amostra comprovada estatisticamente, a pesquisa conduzida considerou a relevância da amostra de organizações de diversos segmentos.

Na seção seguinte destacamos o percurso da pesquisa, desconstruindo cada passo e avaliando os principais resultados da pesquisa sobre as assessorias de comunicação de organizações de Goiás. Assim sendo, pautados no modelo de Vassalo Lopes (2003) teceremos a perspectiva metodológica da pesquisa.

ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO E SUAS VÁRIAS DENOMINAÇÕES – REFLEXÕES SOBRE A GRANDE GOIÂNIA

Toda problemática aqui abordada tem como espaço privilegiado de interrogação a prática da pesquisa, que se busca referenciar atividade fundamental na produção do conhecimento. Segundo Minayo (2000, p.10).

“nem a teoria e nem a prática são isentas de interesses, de preconceito e de incursões subjetivas.” Bourdieu (1972, p.157) corrobora, afirmando que “a teoria da prática que aparece como condição de uma ciência rigorosa das práticas, não é menos teórica; (...) qualquer investigador deve colocar em questão os pressupostos inerentes a sua qualidade de observador externo que tende a importar para o objeto os princípios de sua relação com a realidade”.

O maior objetivo deste estudo são as metodologias de pesquisa qualitativa nas organizações, entendidas como aquelas capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes às ações de

comunicação, às relações, e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas tanto no seu advento quanto na sua transformação, como construções humanas significativas e principalmente como construções organizacionais capazes de posicionar a organização no todo social.

Segundo Lévy-Strauss (1975, p. 215) “numa ciência onde o observador é da mesma natureza que o objeto, o observador é, ele mesmo, uma parte de sua observação”. Assim, este trabalho está carregado de valores adquiridos ao longo de mais de uma década de experiência à frente de Assessorias de Comunicação em instituições públicas e privadas, por isso mesmo a busca por um olhar imparcial perpassa pelas críticas inerentes à experiência, à vivência, até porque, toda busca pelo saber está baseada em pré-conhecimento, ou seja, ninguém coloca uma questão se nada sabe sobre a resposta, se assim fosse não haveria modo de se formular uma pergunta. Lênin, citado por Lukács (1967), completa, afirmando que “a marcha do real é filosoficamente mais verdadeira e mais profunda do que nossos pensamentos mais profundos” (1967, p.235).

Outro ponto a ser destacado é o da fase exploratória da pesquisa. Segundo Minayo (2000, p.89), “esta fase é tão importante que ela em si poderia ser considerada uma pesquisa exploratória”. Consiste na etapa de escolha do objeto da investigação e do instrumento de coleta dos dados e da exploração de campo.

Quando optamos por realizar uma pesquisa qualitativa podemos optar pelo roteiro de entrevista como instrumento de trabalho de campo. O roteiro de entrevista não é um questionário, ele contém poucas questões, o suficiente para orientar uma conversa, que podemos intitular de entrevista, é o facilitador e o norteador de uma relação comunicacional. Segundo Minayo (2000), é importante que cada questão que se levanta, faça parte do delineamento do objeto e que todas se encaixem para lhe dar forma e conteúdo; permita ampliar e aprofundar a comunicação no lugar de cerceá-la; contribua para



emergir a visão, os juízos e as relevâncias a respeito dos fatos e das relações que compõem o objeto, do ponto de vista dos interlocutores. O roteiro deve ser visto como um guia e não como um obstáculo.

Quando pensamos na exploração de campo, a amostragem é ponto fundamental. Devemos considerar quem entrevistar, a quem observar e o que observar, o que discutir e com quem discutir, quais dados destacar como relevantes e quais informações podem ser desnecessárias. Numa pesquisa qualitativa o critério não é numérico, a amostragem qualitativa tem como principal objetivo os sujeitos sociais que detêm os atributos que o pesquisador pretende conhecer.

Para que fosse comprovada esta teoria na prática, no período de agosto e setembro de 2009, sete organizações de diferentes áreas de atuação, inseridas no Estado de Goiás, foram analisadas para que fosse compreendido o processo de desenvolvimento da comunicação da organização com seus diferentes públicos.

Para isso foi criado um roteiro semi estruturado de entrevistas aplicado a vários funcionários dos Departamentos de Comunicação, com o objetivo de conhecer e analisar as organizações. O roteiro contemplava as seguintes questões: 1) histórico da organização; 2) organograma da organização e das Assessorias de Comunicação; 3) a missão, a visão e os valores da organização e das Assessorias de Comunicação; 4) as atividades diárias e as atividades esporádicas da Assessoria de Comunicação; 5) identificação da fonte de recursos para realização das atividades de comunicação; 6) relacionamento com a imprensa; 7) publicações de responsabilidade da Assessoria de Comunicação; 8) realização de eventos – objetivos e periodicidade; 9) comunicação interna e externa; 10) veículos de comunicação adotados; 11) produção de mapas de mídia; 12) públicos que interagem com as organizações.

Foram selecionadas organizações das áreas de Hotelaria – Castro's Park Hotel; Esporte – Goiás Es-

porte Clube; Organizações ligadas ao Sistema “S”, SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro Empresas) e SENAC (Serviço Nacional do Comércio); Associação sem fins lucrativos – APAE (Associação de pais e amigos do excepcional); e organizações do primeiro e segundo setores, por meio da Assessoria de Comunicação do Governo do Estado de Goiás e da Empresa Porto Seco Centro Oeste.

Parte dos profissionais que estão à frente das Assessorias não são profissionais formados em comunicação social e tiveram dificuldades, inclusive, de responder às perguntas da entrevista.

Todas as organizações possuem organograma constituído, mas nenhuma possui organograma da Assessoria de Comunicação. Apesar de todas elas conseguirem explicar verbalmente as atividades de cada um dos integrantes da Assessoria, não há uma descrição formal das atividades, impressa e discutida formalmente pelos profissionais das Assessorias.

Algumas organizações desenvolvem suas atividades de comunicação a partir da Assessoria de *Marketing* ou Assessoria de Imprensa, não necessariamente porque dão ênfase às ações de Imprensa ou de *Marketing*, mas por total desconhecimento das diferenças entre as três assessorias. Nesse caso, as nomenclaturas são definidas a partir de uma escolha não necessariamente justificada pelas atividades, mas pela predileção de quem está no comando.

A maioria trabalha com eventos, mas poucas possuem a consciência da importância do evento como ferramenta de comunicação e desperdiçam a chance de promoverem um acontecimento brilhante, capaz de transmitir uma mensagem aos seus diferentes públicos.

Segundo Giácomo (1993, p. 32), “Como linguagem, a técnica de eventos especiais precisa estar ao nível correto de cada público, e precisa, portanto, respeitar suas próprias regras de sintaxe, porque será sempre parte de uma atividade de comunicação”. Para ela, o evento é capaz de levar uma mensagem em condições propi-



cias, no momento certo, analisando características como luz, som e ambiente adequados. Ao final de cada evento, cada participante deveria levar consigo um resíduo de mensagem e não somente a lembrança de uma festa.

Para algumas organizações, a atividade de assessoria de imprensa se sobrepõe a qualquer outra atividade de comunicação. Para muitos técnicos e funcionários das organizações pesquisadas, “o que não está na mídia não existe” e os diretores e proprietários das organizações solicitam diariamente a colocação de suas atividades nos meios de comunicação de massa.

Nenhuma assessoria apresentou um organograma composto por profissionais de todas as áreas de comunicação social, ou seja, jornalistas, relações públicas, publicitários. Apesar do Governo do Estado ter uma quantidade grande de funcionários que trabalham nas atividades de comunicação, não há um departamento que agregue todos os profissionais, mas sim vários departamentos que executam tarefas diversas, trabalhando muito mais numa divisão de trabalhos do que numa soma de esforços para uma comunicação integrada.

Mesmo quando a pesquisa foi aplicada em uma organização de grande porte como a Porto Seco Centro Oeste, o que se verifica é a existência de uma Assessoria de Comunicação muito precária, com apenas uma profissional de Relações Públicas e um estagiário também de Relações Públicas. Contudo, na entrevista a Relações Públicas afirmou ter condições de administrar toda comunicação interna e externa da organização.

Para se ter uma idéia do porte da organização, O Porto Seco de Anápolis – Goiás é uma das empresas que mais atrai investimentos para a região. Anualmente, mais de US\$ 500 milhões em mercadorias passam pelos seus terminais. O Porto Seco movimenta 22 mil toneladas de carga ao mês, representando 40% da carga brasileira transportada pelo Trem Expresso da Ferrovia Centro-Atlântica.

A maioria absoluta dos entrevistados mostrou muito receio em externar críticas às suas organizações no tocante à necessidade de ampliação, reformulação e maior apoio aos trabalhos das Assessorias de Comunicação.

As organizações citaram verbalmente a missão, a visão e os valores das organizações, mas poucas conseguiram apresentar oficialmente essas informações. Nenhuma delas conseguiu explicar a forma como cada um desses itens é construído dentro das organizações. Claramente pudemos perceber a criação de alguns desses itens sendo feitos no momento da entrevista.

Nenhuma Assessoria de Comunicação possui missão, visão e valores dos Departamentos de Comunicação e a maioria demonstrou sequer ter consciência da importância destas definições para as Assessorias. Algumas chegaram a citar a visão, missão e valores da organização como sendo os valores das Assessorias.

Todas afirmaram ter consciência da importância da Assessoria de Imprensa e da importância do relacionamento de sua organização com os meios de comunicação de massa do Estado de Goiás.

Segundo Mafei (2004, p. 72), “o bom assessor é aquele que estabelece e executa práticas que levam à veiculação de informações corretas, para tanto precisa conhecer a produção jornalística, com todas as suas interfaces”. No caso das Assessorias de Comunicação pesquisadas no estado de Goiás, isso não é uma regra.

As organizações ligadas ao sistema “S” possuem consciência da definição e do trabalho específico a ser realizado com cada um dos públicos que interagem com as organizações, mas instituições como o Goiás Esporte Clube não. A formação da opinião pública para algumas organizações é feita somente a partir das informações veiculadas nos meios de comunicação de massa.

É comum encontrarmos na teoria a necessidade do Departamento de Comunicação estar ligado diretamente à Administração Superior da Organização, mas nem sempre isso acontece. Estudos mostram que o titular da

assessoria de imprensa deve ter acesso direto à presidência e centros decisórios. Assim, ele estará a par das preocupações da empresa e dos seus pontos de interesse, pois a atuação da assessoria de imprensa reduz-se na proporção direta de seu pouco diálogo com a direção.

As atividades diárias das organizações resumem-se à produção de *clipping*, atualização do site ou portal, atendimento à imprensa. Há organizações que adotaram a *Internet* como ferramenta de comunicação interna e produzem *newsletter* ou Jornal Eletrônico. Contudo, o uso da *Internet* para o Trabalho de Relações Públicas ainda é limitado. Normalmente a *Internet* está sendo utilizada para desenvolvimento de atividades de Jornalismo.

Questionados sobre a possibilidade de uma comunicação via *Internet* para minimizar efeitos negativos em uma possível situação de crise, os profissionais se mostraram inseguros e descrentes da eficácia da mídia para o problema, apesar de estudos nos apresentarem que uma visão tática e estratégica dos usos e das aplicações das técnicas de Relações Públicas nos diferentes serviços da *Internet* são muito eficientes e os resultados obtidos nas ações e nos programas que visem informar e influenciar públicos de interesse de empresas e instituições são relevantes e efetivos.

Pinho (2003) nos lembra que a abordagem dos principais serviços da *Internet* como *Usenet*, listas de discussões, *Chats*, entre outros, oferece oportunidades para assumirem propósitos de Relações Públicas e a identificação dos públicos que interagem com uma organização é fundamental para adoção das mídias a serem adotadas para esta articulação, entre elas, a *Internet*.

As instituições pesquisadas demonstraram conhecimento sobre a importância do trabalho social de uma organização para a formação positiva da opinião pública, mas nem todas elas possuem um programa de responsabilidade social constituído. Algumas realizam atividades esporádicas, desconhecendo o conceito de continuidade, tão importante para o reforço da marca e da imagem da organização para seus diversos públicos.

Segundo Tuzzo (2005, p. 64), “Em nenhum outro momento na história das organizações se falou tanto sobre a responsabilidade social de empresas de todos os portes e de qualquer área de atuação”. O trabalho social é importante no sentido de construir uma imagem positiva junto aos diferentes públicos de uma organização; até porque, num país como o Brasil, em que o trabalho de assistência à sociedade, por parte de lideranças governamentais de todas as instâncias, deixa muitas vezes de ser cumprido, o papel de empresas privadas preenche lacunas fundamentais de sobrevivência de toda a comunidade.

Essa nova atitude, mais humanista das organizações, gera notícias positivas na construção da imagem da organização. Mais que isso, o trabalho social fez surgir, a partir da década de 80, um novo enfoque das relações públicas a partir de um trabalho comunitário, mostrando que o trabalho de relações públicas não se restringe às empresas e ao governo, mas se estende a qualquer tipo de organização e movimentos sociais.

Estabelecida a trajetória metodológica da pesquisa “Assessorias de Comunicação e suas várias denominações – Reflexões sobre a Grande Goiânia” pode-se perceber a relevância da explicitação metodológica no âmbito do campo da comunicação. Para reforçar essa idéia, recorremos a Vassalo Lopes, que sustenta que:

“A reflexão metodológica não só é importante como necessária para criar uma atitude consciente e crítica por parte do investigador quanto às operações científicas que realiza na investigação e quanto ao questionamento constante a que deve submeter os métodos ante as exigências que lhe impõe a realidade”. (VASSALO LOPES, 2003, p.92)

À GUIA DE CONCLUSÃO

As opções metodológicas feitas de forma consciente implicam necessariamente na reflexão da prática da metodologia. Vassalo Lopes (2003) salienta que as opções metodológicas são normalmente tomadas com um baixo grau de consciência por parte do investigador.

Nas pesquisas em comunicação ela afirma que esse fato se expressa por uma quase ausência de explicitação da estratégia metodológica que sustenta a pesquisa. Essa realidade revela a falta de um discurso sobre o método.

Na pesquisa em análise há essa explicitação da estratégia metodológica, ou seja, os pesquisadores tiveram esse grau de consciência que pode ser observado a partir da definição do roteiro de entrevista, da seleção das organizações a serem pesquisadas, no critério de seleção dos profissionais que seriam entrevistados e, principalmente, na correlação da pesquisa empírica e teórica. Entendemos ser esse olhar vigilante do pesquisador necessário para garantir a apreensão do discurso científico.

A instância da técnica é determinante para a emergência do campo e sua institucionalização. No contexto da comunicação organizacional e das relações públicas a instância da técnica tem feito emergir a necessidade de aprofundamento teórico. Importante ainda destacar que:

“A comunicação assume enquanto disciplina uma enorme complexidade e também uma perigosa tendência a abordagens segmentarias e reductionistas [...] Caberia nessa linha de raciocínio refletir sobre a facilidade com que se criam títulos disciplinares em Comunicação – Comunicação empresarial, internacional, alternativa, popular, [...] etc. -, advogando objetos e métodos próprios, quando de fato se trata da investigação de fenômenos particulares, porém todos igualmente aspectos do objeto da Comunicação”. (VASSALO LOPES, 2003, p.108, 109)

A comunicação organizacional e as relações públicas, como áreas em plena expansão, no âmbito do campo da comunicação constituem-se basicamente de estudos recentes. A inserção dessas áreas em linhas de pesquisa nos programas de pós-graduação em comunicação é um passo na consolidação desses estudos. A importância da constituição do aparato teórico e metodológico torna-se fundamental para o campo. Portanto, a proposta de refletir esse fazer pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas, permite-nos reconstruir a trajetória teórica e metodológica que tem suportado a construção histórica desse objeto.

A desconstrução da pesquisa empírica tenta na verdade reconstruir o movimento cujo traçado se deu pelas escolhas teóricas e metodológicas. Escolhas ex-

plícitas ou implícitas, conforme o grau de consciência do pesquisador.

Com a reconstrução metodológica da pesquisa empírica em questão, a partir do modelo de Vassalo Lopes, espera-se uma reflexão que de alguma forma apontar rumos que entendemos serem essenciais na produção do conhecimento científico no âmbito da comunicação organizacional e das relações públicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEILLEROT, J. **A sociedade pedagógica**. Porto: Rés, 1985.
- BOURDIEU, P. **Ésquisse d’une théorie de la pratique**. Paris: Librairie Droz, 1972.
- BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. In: FAUSTO NETO, A. et al. (org.). **Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.
- BRAGA, J. L.; CALAZANS, M.R.Z. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.
- DA VIA, S.; DENCKER, A. **Pesquisa empírica em ciências humanas** (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.
- GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa**. São Paulo: Scritta Editorial, 1993.
- LÉVY-STRAUSS. **“Aula inaugural”**: desvendando máscaras sociais. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1975.
- LUKÁCS, G. **Existencialismo ou marxismo?** São Paulo: Editora Senzala, 1967.
- MAFEI, M. **Como se relacionar com a imprensa – como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004.
- MARTINO, L. C. Elementos para uma epistemologia da comunicação. In: FAUSTO NETO, A. et al.



- curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2007.
- MIRANDA, Claudir Roberto Teixeira de. **Instrução Policial Militar para ações judiciais – Proposta de instrução e controle.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2007.
- PAULA, Marcelo Cortez Ramos de. **Formação do Oficial: dimensionamento dos ensinoss geral e jurídico em face das demandas da polícia comunitária.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
- SOUZA, João Henrique Pereira de. **Estágio de Atualização Profissional (EAP) específico aos agentes do sistema de informações da polícia militar (SIPOM) que atuam nas agências regionais e nas agências de área do CPC, CPM e CPI. Importância e fundamentação.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2009.
- SANTOS, Mauro Lopes dos. **Educação preventiva de acidentes e sinistros em geral para a população paulista: proposta de diretriz e viabilidade de implantação no corpo de bombeiros.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2009.
- DURYNEK, Anderson. **Yoga: Proposta de inclusão nos programas de treinamento.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
- FANIN, Leo. **A formação do soldado de Polícia Militar: avaliação comportamental no módulo básico e especializado, à luz da lei complementar nº 1.036/08.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2009.
- FERNANDES, Faustino Maurício. **Preleção à tropa pronta: Proposta de padronização de conteúdo à luz das I-22 PM.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
- FERREIRA, João H. L. **Ensino x Educação. Artigonal. Diretório de artigos gratuitos. Disponível em:** <<http://www.artigonal.com/ciencia-artigos/ensino-x-educacao-589904.html>>. Acesso em: 2 ago. 2009
- FILOGONIO, Marcelo. O programa jovens construindo a cidadania como instrumento de difusão de Direitos Humanos à comunidade. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2006.
- RODRIGUES JUNIOR, Joaquim. Uma proposta de melhoria da avaliação de ensino para a PMESP. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2005.
- PAGOTTO JUNIOR, Paulo. **A viabilidade de implantação de estágio de atualização profissional (EAP) para o agente do sistema de informações da polícia militar do estado de São Paulo, nas regiões abrangidas pelos comandos de policiamento de área (CPA) e dos comandos de policiamento do interior (CPI).** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2009.
- NAGY, Marcelo. Ensino a distância na PMESP



- análise e acompanhamento na APMBB. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2007.
- **SOUZA NETO, Henrique Pereira de.** Métodos de ensino de técnicas e de procedimentos de policiamento ostensivo **Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2006.**
 - ORTEGA, Gentil Malone. **Abordagem policial: capacitação dos policiais militares na língua brasileira de sinais (LIBRAS) para respeito aos Direitos Humanos do deficiente auditivo.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
 - PEIXOTO, Rogério Vieira. A formação do piloto Policial Militar de Helicóptero da PMESP – critérios jurídicos e técnicos. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
 - PRETI, Oreste. **Educação a distância; uma prática educativa mediadora e mediatizada.** Brasília: Líber Livro Editora, 2005, p. 20. Disponível em: [Acesso em: 2009 Ago02]. <http://www.dai.cefetma.br/cicero/Ensino/ED/5.pdf>.
 - QUIRINO, Edivaldo de Medeiros. **Responsabilidade social – Educação Pública: proposta de ensino a distância no Corpo de Bombeiros da PMESP.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2008.
 - RODRIGUES, Maurício Marchese. Padronização do ensino nos cursos de formação e aperfeiçoamento de sargentos da PMESP. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2007.
 - ROSA, Antonio Fernandes. Estágio de Atualização Profissional (EAP) por meio do ensino a distância (EAD) com uso do computador. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2006.
 - ROSSI, Reynaldo Simões. **Proposta de implantação de dinâmica para treinamento técnico-operacional no âmbito de BPM/M.** Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2006.
 - VARGAS, Eduardo de Mello. Programa de capacitação de pessoal para racionalização de uso de suprimento de informática. Dissertação (Monografia - curso de aperfeiçoamento de oficiais) – Centro de aperfeiçoamento e estudos superiores. São Paulo: PMESP, 2005.