

## Características dos artigos apresentados em grupo de pesquisa sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas<sup>1</sup>

Ricardo BELINSKI<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### RESUMO

Este artigo aborda algumas características de artigos publicados entre 2009 e 2018 na Divisão Temática 3: Relações Públicas em Comunicação Organizacional presentes em Anais do Congresso Nacional de Ciências da Comunicação (Intercom). Em pesquisa qualitativa, com a técnica de análise de conteúdo, utilizando um software de métodos mistos em 501 artigos publicados nos Anais do evento, os temas mais frequentes e, no corpus de 2017 e 2018, foram identificadas as metodologias e técnicas de pesquisa atribuídas pelos autores, além de palavras-chave neste período. A contribuição desse estudo é fomentar a gestão da informação na condução de futuros estudos sobre os temas relacionados à Comunicação Organizacional e Relações Públicas, bem como na aplicação de métodos mistos na análise de conteúdo de documentos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Organizacional. Relações Públicas. Pesquisa de Métodos Mistos. Análise de Conteúdo. Gestão da Informação.

### INTRODUÇÃO

A Divisão Temática 3 (DT3) sobre Relações Públicas (RP) e Comunicação Organizacional integra o conjunto de estudos presentes nos encontros anuais da Sociedade Brasileira de Estudos Multidisciplinares da Comunicação – INTERCOM, segundo Sandi (2015). Esse grupo de pesquisa (GP) vinculou Comunicação Organizacional e Relações Públicas a partir de 2001, haja vista que eram dimensões abordadas separadamente em dois GPs. Segundo Sandi (2015), esse espaço constitui um espaço de debate entre docentes, estudantes e profissionais que visam incorporar, em sua formação profissional, os debates vivenciados nos programas de pós-graduação.

O objetivo de um grupo de pesquisa é compartilhar o conhecimento no âmbito acadêmico e profissional, sobretudo pela produção temática expressiva de experiência acumulada em vivências, afirma Sandi (2015). Do ponto de vista da aprendizagem organizacional, essa dinâmica se insere no campo do desenvolvimento de competências

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação da Universidade Federal do Paraná. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo e Bacharel em Administração, e-mail: [belinski@ufpr.br](mailto:belinski@ufpr.br)

ao longo da vida, diante da necessidade de novas aprendizagens depois da formação inicial dos profissionais, conforme prevê a teoria de aprendizagem social do Conectivismo proposta por George Siemens (2019).

O Conectivismo propõe um modelo adaptado ao perfil do aprendente adulto, afirmando que a aprendizagem e o conhecimento estão apoiados na diversidade de opiniões, além da necessidade de ser um processo de conectar nós especializados ou fontes de informação sobre um determinado assunto, como se propõe um grupo de pesquisa, tal como a Divisão Temática 3 do Intercom. Além do mais, é necessário cultivar e manter conexões para facilitar a aprendizagem contínua no sentido de desenvolver a habilidade em conectar áreas, ideias e conceitos.

A aproximação entre as temáticas de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional pode ser um exemplo de Conectivismo (SIEMENS, 2019) pelo compartilhamento de informações e conhecimento entre os profissionais atuantes nessas duas áreas da comunicação, bem como pela disponibilidade dos resultados desses estudos em base de dados na internet para consultas posteriores. Essas duas áreas mantêm suas especificidades, além de manter relação com outras áreas do conhecimento tais como marketing, gestão da informação, jornalismo.

Na perspectiva da estratégica organizacional, os profissionais de Relações Públicas buscam desenvolver uma função essencial na missão e objetivos de uma organização. Teorias e pesquisas científicas são necessárias para a formação ao longo da vida dos profissionais de Relações Públicas que desejam uma “profissão e função gerencial” desempenhadas a partir de um cabedal de conhecimentos (GRUNIG, FERRARI, FRANÇA, p. 19).

Técnica ou função gerencial? Qual sua relação com o marketing? São apenas algumas das questões que inquietam os estudos sobre Relações Públicas. Há uma diferença no escopo entre Relações Públicas e Marketing, segundo Grunig, Ferrari e França (2011), por um lado os profissionais de RP elaboram programas de comunicação para se comunicar com os diversos públicos, por outro o marketing elabora programa de comunicação para se comunicar com os mercados.

Resumidamente, o mercado é constituído por pessoas que compram produtos e são conhecidos por consumidores, e os diversos públicos são muito diferentes e, de certa forma, controlam a organização pelo apoio ou reprovação de seu comportamento (GRUNIG, FERRARI, FRANÇA, 2011).

---

A ementa da Divisão Temática 3 (Relações Públicas e Comunicação Organizacional) do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação estava assim descrita:

Processos de relacionamento entre públicos e organizações. Culturas organizacionais. Práticas comunicativas no ambiente interno das organizações. Relações Públicas e sociedade. Gestão da comunicação nas organizações. Aspectos teóricos das Relações Públicas. Práticas em Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Ensino de RP e Comunicação Organizacional (INTERCOM, 2019).

Esse grupo de pesquisa possui as seguintes palavras-chave: Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Gestão da Comunicação e Gestão em Comunicação, segundo informação disponível no site do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM, 2019).

O objetivo desse artigo é identificar as características dos artigos publicados nos Anais do Intercom pela Divisão Temática 3 (Relações Públicas e Comunicação Organizacional) entre 2009 e 2018 no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

A justificativa desse estudo está no aprofundamento de métodos qualitativos de pesquisa com o apoio da informática em disciplina no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação na Universidade Federal do Paraná, na qual o autor optou pela análise de conteúdo de documentos segundo os pressupostos de Laurence Bardin (2016), utilizando as funcionalidades do software NVivo para análise qualitativa e quantitativa (*mixed methods research*), com ênfase na análise qualitativa.

### **Metodologia e técnicas de coleta e análise de dados**

Em uma pesquisa de métodos mistos, o pesquisador faz a coleta e a análise dos dados, sistematiza os achados no estudo e extrai as inferências usando simultaneamente abordagens ou métodos qualitativos e quantitativos em um único estudo ou programa de investigação, segundo Tashakkori e Creswell (2007). Os métodos mistos ou terceiro movimento metodológico visam unir o que há de melhor nas pesquisas qualitativas e quantitativas, pois neles o pesquisador “mistura, integra ou vincula as duas formas de dados concomitantemente, combinando-os ou misturando-os de modo sequencial”, fazendo um construir o outro ou incorporando um no outro (CRESWELL, PLANO CLARK, 2013, p. 22).

---

A escolha de cada método de pesquisa depende de três variáveis: a) o tipo de questão de pesquisa, b) a extensão do controle que o pesquisador tem sobre os eventos comportamentais, c) o grau de enfoque sobre eventos contemporâneos em oposição aos eventos totalmente históricos (YIN, 2015). Em uma análise de documentos a forma de questão de pesquisa é quem, o quê, onde, quantos, quanto, não exige controle dos eventos comportamentais e pode focar eventos contemporâneos, segundo Yin (2015).

Segundo Creswell (2003), o pesquisador deve decidir qual será a estratégia de implementação, dar prioridade, integração e perspectivas teóricas na escolha de um método misto – qualitativo e quantitativo. Assim, pode-se iniciar uma pesquisa pela parte qualitativa, com a integração na fase de análise de dados, em uma perspectiva teórica explícita.

Essa pesquisa mista, qualitativa e quantitativa, analisa algumas características dos artigos publicados em Anais de evento em uma das Divisões Temáticas (DT) do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom): DT3 Relações Públicas e Comunicação Organizacional pela identificação de temas e suas frequências.

Para dar suporte à pesquisa mista, que envolve coleta e análise de dados qualitativos e quantitativos, algumas ferramentas de informática podem auxiliar. Os diversos programas de computador se enquadram sob um rótulo genérico de Software de Análise de Dados Qualitativos Assistidos por Computador ou CAQDAS (*Computer-assisted qualitative data analysis software*), cabendo ao pesquisador a importante tarefa de “fazer toda a reflexão analítica”, afirma Yin (2016, p. 161).

A pesquisa qualitativa utiliza múltiplos métodos de coleta e interpretação de dados, afirma Denzin e Lincoln (2008). Esses múltiplos focos e a triangulação são importantes para a validação de um fenômeno. Essa combinação entre materiais, perspectivas e observação no estudo é uma estratégia que imprime rigor, complexidade e profundidade na pesquisa (DENZIN, LINCOLN, 2008).

A utilização de softwares para análise mista – qualitativa e quantitativa – ainda é pouco comum neste grupo de pesquisa, haja vista que foram identificadas as seguintes frequências de artigos que utilizaram algum CAQDAS para apoio na análise de dados: um em 2016, dois em 2017 e um em 2018, o que demonstra ainda a pouca utilização de um recurso informatizado para análise de conteúdo ou revisão bibliográfica.

Entre algumas das opções disponíveis estão elencadas na tabela 1 que podem auxiliar uma pesquisa de métodos mistos.

**Tabela 1 – Alguns softwares para análise de conteúdo em documentos**

<i>Nome</i>	<i>Link</i>	<i>Características</i>
NVivo	<a href="http://bit.ly/2VH5ggZ">http://bit.ly/2VH5ggZ</a>	Permite análise qualitativa e métodos mistos.
Atlas TI	<a href="http://bit.ly/2Vc1Ram">http://bit.ly/2Vc1Ram</a>	Permite análise qualitativa e métodos mistos.
MaxQdA	<a href="http://bit.ly/2GXq22m">http://bit.ly/2GXq22m</a>	Permite análise qualitativa e métodos mistos.

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Algumas funcionalidades podem ser facilitadas pelo uso do computador na etapa de análise de dados em uma pesquisa, tais como a codificação de palavras-chaves ou temas em textos, gráficos, áudio ou vídeo, a armazenagem dos textos uma base de dados organizada, a busca e a recuperação de informação de segmentos relevantes de textos para futuras pesquisas, a ligação entre dados em vários textos simultaneamente, a anotação do pesquisador ao longo da pesquisa, a “análise de conteúdo pela frequência, sequências ou localização das palavras e frases em documentos” (DENZIN, LINCOLN, 2000, p. 805).

As funcionalidades de cada um desses softwares são equivalentes, havendo pequenas diferenças no processo de codificação e apresentação de resultados. O software utilizado neste artigo foi o NVivo por conveniência e oportunidade do autor.

A análise de conteúdo possui algumas fases, segundo Bardin (2016). A primeira etapa corresponde à pré-análise, em que o pesquisador, em uma pesquisa bibliométrica, identifica quais documentos podem fazer parte do estudo. Faz-se uma leitura flutuante e crítica dos documentos até identificar o *corpus* de análise. Na segunda etapa o pesquisador faz a exploração prática do material, que inclui algumas técnicas de codificação e categorização dos temas encontrados nos documentos de modo qualitativo e quantitativo. Isso resulta em algumas categorias de contexto e de análise, identificando nos documentos as categorias de registro e de análise. Na terceira etapa o pesquisador faz o tratamento dos resultados com inferências, que inclui inferências, descrição e categorização. Segundo Bardin (2016, p. 131), o analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, “pode propor inferências e adiantar interpretações” a respeito dos objetivos previstos em sua pesquisa.

A análise de conteúdo é considerada uma “técnica híbrida por fazer a ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais”, segundo Fonseca Junior

(2009, p. 285). Também afirma que a adoção do computador na análise de conteúdo é a principal evidência do contínuo interesse pela análise quantitativa.

### **Amostra e coleta de dados**

A amostra desse estudo foi composta por 501 documentos extraídos do portal da Intercom (<http://www.portalintercom.org.br>) em abril de 2019, correspondendo ao universo de documentos publicados em Anais do evento neste período entre 2009 e 2018, o que corresponde a um período de dez anos. Foram incluídos todos os documentos publicados nos Anais da Divisão Temática 3 sobre Relações Públicas e Comunicação Organizacional. A tabela 2 apresenta a distribuição dos artigos publicados nos Anais do evento na Divisão Temática 3 do Intercom, exclusivamente.

**Tabela 2 – Documentos presentes nos Anais do DT3 Relações Públicas e Comunicação Organizacional**

<i>Local</i>	<i>Ano</i>	<i>Artigos Publicados</i>
Curitiba, PR	2009	57
Caxias do Sul, RS	2010	49
Recife, PE	2011	49
Fortaleza, CE	2012	43
Manaus, AM	2013	30
Foz do Iguaçu, PR	2014	46
Rio de Janeiro, RJ	2015	61
São Paulo, SP	2016	59
Curitiba, PR	2017	62
Joinville, SC	2018	45
	Total	501

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

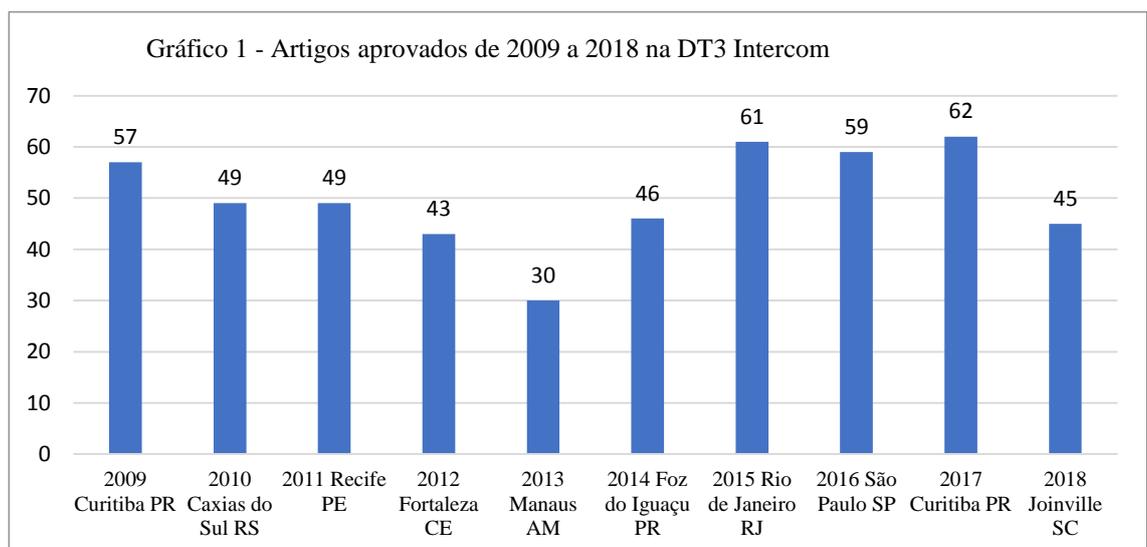
Nos dez anos analisados, entre 2009 e 2018, foi publicado um total de 501 artigos da DT3 nos Anais do evento Intercom. Foram aceitos, em média 50,1 artigos na DT3 sobre Relações Públicas e Comunicação Organizacional. A mediana e a moda apresentaram 49 documentos. O número mínimo de artigos aceitos foi de 30 em 2013, em evento sediado em Manaus no Estado do Amazonas, e máximo foi de 62 artigos em 2017, em evento sediado em Curitiba no Estado do Paraná. A estatística descritiva ou a descrição do conjunto de dados dos artigos publicados nestes dez anos está demonstrada na tabela 3. Estudos futuros podem analisar a relação entre a localidade do evento e o número de trabalhos submetidos e aprovados; isso também exige a análise global de todos os trabalhos submetidos e aprovados nesses eventos em 2013 e 2017 em todas as outras Divisões Temáticas, por exemplo.

**Tabela 3 - Análise Descritiva dos documentos presentes nos Anais do Intercom na Divisão Temática 3: Relações Públicas e Comunicação Organizacional**

<i>Artigos de 2009 a 2018</i>	
Média	50,1
Erro padrão	3,13
Mediana	49
Modo	49
Desvio padrão	9,92
Variância da amostra	98,54
Curtose	0,36
Assimetria	-0,66
Intervalo	32
Mínimo	30
Máximo	62
Soma	501
Contagem	10
Nível de confiança (95,0%)	7,10

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

A correta identificação do local de atuação dos autores pode permitir estudos bibliométricos sobre uma determinada temática. A evolução do número de artigos publicados nos anais do evento sobre a DT3 está no gráfico 1. Nota-se uma sequência entre 2015 e 2017 com aumento do número de documentos presentes nos Anais do evento, seguida por uma queda no evento de 2018, sediado no interior do estado de Santa Catarina, retornando aos mesmos índices de 2014.



Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Todos os 501 documentos foram codificados para identificar em qual estado da federação brasileira estava a instituição a qual o autor ou autora estavam vinculadas, conforme tabela 4. Um mesmo autor pode ter se identificado em mais de uma instituição para atribuir créditos. Alguns artigos não tinham a identificação da instituição e estado de sua vinculação, o que dificulta um estudo bibliométrico mais acurado dos documentos nos Anais desse evento. Isso também exige maior tempo para buscar outras fontes de evidência para validar a informação da localização do autor.

**Tabela 4 – Localização das instituições com vínculo aos autores**

<i>Nome</i>	<i>Fontes</i>	<i>Frequência</i>
São Paulo (SP)	154	29,73%
Rio Grande do Sul (RS)	133	25,68%
Minas Gerais (MG)	47	9,07%
Paraná (PR)	44	8,49%
Rio de Janeiro (RJ)	22	4,25%
Distrito Federal (DF)	22	4,25%
Goiás (GO)	19	3,67%
Paraíba (PB)	9	1,74%
Espírito Santo (ES)	8	1,54%
Santa Catarina (SC)	7	1,35%
Bahia (BA)	6	1,16%

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Foram consideradas apenas os locais com frequência acima de 1% do total de indicações. Se o autor indicou vínculo com mais de uma instituição, ambas localizações foram consideradas como local de irradiação do conhecimento.

A seguir será apresentada uma breve análise de conteúdo desses 501 documentos nos eventos supracitados. Para a análise de conteúdo foi identificada a frequência de palavras nos 501 documentos, com pesquisa com generalizações de palavras em software de métodos mistos (Nvivo). Foram excluídas as palavras não relacionadas ao objeto de estudo (numeral, preposição, pronomes, verbos, advérbio, conjunção), mantendo-se preferencialmente substantivos e adjetivos da área de estudos de Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

Segundo Bardin (2016, p. 175), é interessante recorrer ao computador nos seguintes casos: a) a “unidade de análise é a palavra” e o indicador é o frequencial ou número de vezes em que ocorre a palavra, b) a análise é complexa e comporta um grande número de variáveis a tratar simultaneamente, c) deseja-se efetuar uma análise

de coocorrências ou aparição de várias unidades de registro na mesma unidade, d) a investigação implica várias análises sucessivas e o computador permite preparar os dados e armazená-los para usos sucessivos, e) a análise dos dados necessita, ao final da investigação, de operações estatísticas e numéricas mais complexas.

Segundo Flick (2004, p. 188), a interpretação de textos tem a função de desenvolver uma teoria, “servindo ao mesmo tempo de base para a decisão sobre quais dados adicionais devem ser coletados”. Uma das metas é a revelação, exposição ou contextualização de enunciados no texto, afirma Flick (2004). Assim, identificar as palavras relacionadas com o escopo da pesquisa é uma das atividades na análise de conteúdo de documentos, conforme demonstrado a seguir.

Na busca pelas 100 palavras mais frequentes no software Nvivo, com palavra exata, tem-se como resultado da maior para menor frequência, as seguintes palavras nos 501 documentos, selecionados pelo autor com as ocorrências entre parênteses: Comunicação (42.945), Relações (8.416), Ciências (8.338), Organizacional (7.963), Organizações (7.781), Organização (7.153), Interdisciplinares (7.091), Públicas (6.346), Social (5.448), Trabalho (5.287), Sociais (5.267), Processo (4.229), Públicos (4.018), Público (3.562), Empresa (3.492), Cultura (3.367), Informação (3.236), Relação (3.232), Pessoas (3.112), Informações (3.057), Empresas (3.049), Gestão (2.899), Acesso (2.717), Contexto (2.701), Ações (2.678), Pública (2.659), Imagem (2.396) Processos (2.378), Conhecimento (2.377), Redes (2.364), Análise (2.287), Ambiente (2.154), Desenvolvimento (2.142), Práticas (1.947), Interação (1.920), Poder (1.896), Estratégias (1.892), Produção (1.891), Espaço (1.882), Mídia (1.872), Identidade (1.762), Mídias (1.759), Interna (1.704) Internet (1.700), Grupos (1.694), Profissionais (1.682), Marca (1.682), Relacionamento (1.670), Discurso (1.668), Vida (1.642), Mercado (1.610), Institucional (1.598), Valores (1.593), Dados (1.557), Grupo (1.540), Rede (1.523), Caso (1.520), Sustentabilidade (1.512), Perspectiva (1.466), Conceito (1.466), Digital (1.462), Sistema (1.438), Atividade (1.399), Atividades (1.392), Marketing (1.384), Imprensa (1.384).

### **Técnica de análise de conteúdo**

A análise de conteúdo trabalha sobre as mensagens, afirma Richardson (1999, p. 230), sendo que a “análise temática é apenas uma das técnicas utilizadas pela análise de conteúdo”. A análise de conteúdo visa manipular mensagens e testar indicadores que

---

permitam inferir sobre uma realidade diferente daquela da mensagem (RICHARDSON, 1999).

Foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo, segundo Bardin (2016, p. 15), que é um conjunto de “instrumentos metodológicos” cada vez mais sutis e em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos”, compreendidos como conteúdos e continentes, extremamente diversificados. Neste caso, a análise de conteúdo será feita em artigos publicados em anais de evento nacional na área de comunicação.

A análise de conteúdo é um “conjunto de técnicas de análise de comunicações”, afirma Bardin (2016, p.37). São diversos os procedimentos de análise, tais como a identificação do repertório semântico ou sintaxe de uma base de conhecimento.

Segundo Bardin (2016, p. 44), a intenção da análise de conteúdo é a “inferência de conhecimentos relativos às condições de produção” ou de recepção, que pode ser feita por indicadores qualitativos ou quantitativos. Esse trabalho de análise é similar ao da arqueologia na busca vestígios em documentos, afirma Bardin (2016).

O tratamento da informação documental é um assunto para especialistas. A análise documental é uma operação ou conjunto de operações que visam “representar o conteúdo de um documento” sob uma forma diferente da original, com a finalidade de facilitar sua consulta e referência posteriormente (BARDIN, 2016, p. 51). A análise categórica temática é uma das técnicas da análise de conteúdo.

O objetivo da análise de conteúdo é a “manipulação das mensagens para evidenciar os indicadores” que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem original (BARDIN, 2016, p. 52). A pesquisa qualitativa “é essencialmente interpretativa”, afirma Creswell (2003, p. 182), o que significa que o pesquisa faz uma interpretação dos dados, como a identificação de temas e categorias em conteúdos de textos.

Estudos anteriores sobre esse grupo de pesquisa haviam identificados alguns temas: Comunicação Organizacional, Novas Tecnologias, Relações Públicas, Comunicação na esfera pública, Comunicação, poder e crise e Comunicação interna (SANDI, 2015).

A análise de conteúdo possui algumas etapas para seu êxito:

Passo 1: Foram selecionados todos os documentos presentes nos Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação entre 2009 e 2018, exclusivamente na Divisão

Temática. Não foram considerados artigos sobre Relações Públicas e Comunicação Organizacional que porventura tenham sido aprovados em outras Divisões Temáticas.

Passo 2: Todos os documentos foram importados para um software de análise qualitativa e quantitativa (NVivo) para identificar alguns conteúdos relevantes: a) Instituição de origem dos autores, b) Conteúdos temáticos nos documentos.

Passo 3: Em cada documento foram localizadas as palavras mais utilizadas para um teste de associação de palavras. Isso facilita a identificação dos temas posteriormente.

Passo 4: Em cada documento foram codificados e categorizadas as palavras e temas presentes. Assim, foi identificada a origem da instituição a qual o autor informou estava vinculado.

Passo 5: Foram relacionados os nós e classes entre as palavras e temas para inferir sobre algumas características de Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

Passo 6: Foi realizada a exploração dos documentos coletados e categorizados para ilustrar as inferências.

### **Metodologias e técnicas presentes nos artigos**

Para fins de atualização de dados e informações sobre trabalhos anteriores, sobretudo de Sandi (2015) e Curvello (2009), foram utilizadas ênfases temáticas previamente identificadas como significativas para os estudos neste grupo de pesquisa do Intercom.

As metodologias e técnicas de pesquisa dos artigos de 2017 e 2018 expressamente informadas pelo autor no título, no resumo ou nas palavras-chaves, estão expressas na tabela 5. Em um mesmo artigo pode haver a indicação de mais de uma técnica ou procedimento de pesquisa. A correta identificação feita pelos autores no título, no resumo e nas palavras-chaves auxiliam no trabalho de estudos de análise de conteúdo dos artigos científicos, poupando o tempo de leitura do texto na íntegra para identificar a metodologia, os métodos e as técnicas de pesquisa adotados para coleta e análise de dados.

**Tabela 5 – Métodos, Técnicas e Procedimentos de pesquisa informados pelos autores**

Metodologia, Métodos e Técnicas de Pesquisa	Frequência
Não informado pelo autor	36
Pesquisa Bibliográfica	15
Estudo de Caso	11
Análise de Discurso	9

Pesquisa documental	7
Entrevistas	6
Revisão Bibliográfica	6
Análise de Conteúdo	5
Pesquisa Qualitativa	5
Pesquisa Exploratória	3
Revisão de Literatura	2
Pesquisa exploratória qualitativa	2
Entrevista Semi-estruturada	2
Estudo Bibliográfico	2
Pesquisa Empírica	2
Questionário	2

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Além dessas ocorrências expressas na tabela 5, foram informadas em apenas uma ocorrência as seguintes técnicas ou procedimentos de coleta e análise de dados no título, resumo ou palavras-chaves: Teoria de *Affordance*, Análise Bibliométrica, Estudo Exploratório-Qualitativo, Etnografia, Análise Documental, Ensaio teórico-crítico, Análise da Bibliografia, Pesquisa Observação Participante, Análise de Redes Sociais, Levantamento Bibliográfico, Análise de Caso, Sondagem Exploratória, Estudo Documental, Pesquisa Bibliométrica, *Survey*, Pesquisa Descritiva, Grupos Focais, Técnica de Jogo de Palavras, Abordagem Bibliométrica, Estudo Bibliométrico, Cariz Qualitativo, Estudo Empírico, Maneira Exploratória, Relato de Experiência, Fundamentação Teórica, Observação Participante, Análise de Discurso Crítica, Teoria Multimodal, Case, Pesquisa Quantitativa, Pesquisa Exploratória Teórica, Análise Quantitativa, Abordagem Transversal, Ensaio. Isso demonstra a multiplicidade de nomenclatura para as técnicas e procedimentos de pesquisa, bem como a não inclusão dessas informações no resumo, título ou palavras-chaves, porém estas informações podem estar presentes no corpo do texto, o que pode dificultar futuros estudos bibliométricos.

Uma das estratégias de busca em rol de artigos é definir como campos de busca o título, o resumo e as palavras-chave (*keywords*). A amostra em estudo foi reduzida para o período dos últimos dois anos. Foram consultadas as palavras-chaves dos 107 artigos publicados em 2017 e 2018, resultando em 292 diferentes ocorrências. As palavras-chaves (*keywords*) mais frequentes publicadas neste período estão expressas na tabela 6, com destaque para as palavras comunicação, relações públicas, organizações e comunicação interna e estratégica.

**Tabela 6 – Frequência de Keywords (palavras-chaves) indicadas pelos autores em artigos de 2017 e 2018 da DT3 Relações Públicas e Comunicação Governamental**

<i>Palavras-chaves (Keywords)</i>	<i>Frequência</i>
Comunicação Organizacional	37
Comunicação	20
Relações Públicas	16
Organizações	10
Comunicação Interna	7
Comunicação Estratégica	6
Comunicação Pública, Identidade, Mídias Sociais	5
Trabalho, Cultura Organizacional, Discurso, Inovação	4
Comunicação Integrada, Relacionamento, Crise, Organização, Diversidade, Visibilidade, Redes Sociais, Ética, Estratégia, Assessoria de Imprensa, Reputação	3
Imagem, Modernidade Líquida, Cibercultura, Influenciadores Digitais, Afetos, Miatização, Comunicação Digital, Uberização, Público Interno, Análise de Discurso, Comunicação e Trabalho Cultura, Branded Content, Participação, Diálogo, Comunicação Institucional, Big Data, Memória Institucional, Mídia Social, Marca, Lugar, Facebook, Gerenciamento de crise, Estratégias de Comunicação, Subjetividade, WhatsApp, Sustentabilidade, Mídias Digitais, Micro e Pequenas Empresas	2

Fonte: elaborado pelo autor (2019)

Outras 240 palavras ou expressões tiveram apenas uma ocorrência em palavras-chaves indicadas pelos autores nos artigos de 2017 e 2018 da DT3, o que demonstra uma grande dispersão na indexação dos artigos dessa divisão temática.

De posse desse corpus de documentos recomendam-se estudos futuros sobre os temas mais atuais e menos frequentes, tais como Mídias Digitais, Uberização, Comunicação e Trabalho, Imagem de marca e lugar, além do gerenciamento de crises. O aprofundamento desses temas no cruzamento de códigos (nós) em softwares de análise de conteúdo pode evidenciar relevantes interações na análise temática entre os textos.

## **Conclusão**

Este artigo abordou algumas características de artigos publicados entre 2009 e 2018 na Divisão Temática 3 sobre Relações Públicas em Comunicação Organizacional presentes nos Anais do Congresso Nacional de Ciências da Comunicação (Intercom). Foi utilizada pesquisa mista – qualitativa e quantitativa – para explicar uma realidade. Com a técnica de análise de conteúdo, utilizando um software de métodos mistos (NVivo) no corpus de 501 artigos publicados nos Anais desse evento, foram

identificadas as palavras mais frequentes, as *Keywords* (palavras-chave), os métodos e técnicas de pesquisa, além das localidades das instituições de vínculo dos autores.

A contribuição desse estudo está no fomento da gestão da informação na condução de futuros estudos sobre os temas relacionados à Comunicação Organizacional e Relações Públicas, bem como na aplicação de métodos mistos na análise de conteúdo de documentos, o número de artigos aprovados nos eventos, além da relação de artigos publicados por evento em cada cidade que sediou esse evento nacional. Também foram apresentados apontamentos sobre a metodologia de pesquisa que pode auxiliar futuros estudos qualitativos e quantitativos de pesquisa de documentos e análise de conteúdo.

Estudos futuros podem ser feitos com os artigos publicados em Anais dessa Divisão Temática pela codificação e classificação de temas e constructos relacionados ao tema Relações Públicas e Comunicação Organizacional, buscando novas interpretações a partir da análise de conteúdo desse material que fez parte do *corpus* em estudo, além de identificar temas emergentes, cruzamento de conceitos. Também estudos na área de Ciências de Informação, tais como estudos bibliométricos e cientométricos poderão demonstrar as características das publicações sobre esse tema.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo, SP: Edições 70, 2016.

CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative and mixed method approaches**. 2 ed. Califórnia, CA: Sage Publications, 2003.

CRESWELL, J. W.; PLANO CLARK, V. L. **Pesquisa de Métodos Mistos**. 2 ed. Porto Alegre, RS: Editora Penso, 2013.

CURVELLO, J. J. A. Relações Públicas e comunicação organizacional no Núcleo de Pesquisa da INTERCOM. In: KUNSCH, M.M.K. (Org.). **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009, p. 305-318.

DENZIN, N. K., LINCOLN, Y. S. **Handbook of Qualitative Research**. 2<sup>nd</sup> ed. Califórnia, CA: Sage Publications, 2000.

DENZIN, N. K., LINCOLN, Y. S. **The Landscape of Qualitative Research**. Califórnia, CA: Sage Publications, 2008.

FLICK, U. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 2 ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004.

---

FONSECA JUNIOR, W. C da. Análise de Conteúdo In: DUARTE, J., BARROS, A. (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo, SP: Editora Atlas, 2009. Capítulo 18, p. 280-303.

GRUNIG, J. E., FERRARI, M. A., FRANÇA, F. **Relações Públicas** – teoria, contexto e relacionamentos. 2 ed. rev. amp. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

INTERCOM. **Pesquisa em Divisão Temática e Grupos de Pesquisa**. Disponível em: [www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br). Acesso em: 1 maio 2019.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social** - Métodos e técnicas. 3 ed. rev. amp. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

SANDI, A. Q. Percursos da produção temática GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional - uma primeira aproximação. IN: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 38, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2DViuN6>>. Acesso em: 1 maio 2019.

SIEMENS, G. **Conectivismo**: uma teoria de aprendizagem para a idade digital. Disponível em: <http://bit.ly/2F4JBIg>. Acesso em: 1 maio 2019.

TASHAKKORI, A., CRESWELL, J. W. The new era of mixed methods. **Journal of Mixed Methods Research**, v. 1, n. 3, p. 207-211, 2007.

YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5 ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.

YIN, R. **Pesquisa Qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre, RS: Penso, 2016.