



Revista FAMECOS: mídia, cultura e  
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio  
Grande do Sul  
Brasil

Peixoto de Moura, Cláudia

A pesquisa em Relações Públicas: orientações bibliográficas  
Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 28, 2005, pp. 144-154  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550184014>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# A pesquisa em Relações Públicas: orientações bibliográficas

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo revisar as fontes bibliográficas sobre a questão da Pesquisa em Relações Públicas, editadas no Brasil. Para a elaboração do estudo foram utilizadas: as técnicas de pesquisa bibliográfica e de análise de conteúdo. A temática é pouco explorada nas obras que, ao abordarem a questão, registram conteúdos versando sobre as etapas do processo de pesquisa, as classificações e as atribuições da pesquisa em Relações Públicas.

## ABSTRACT

The present study has one main objective: to revise the bibliography concerning the state of the art of Research in Public Relations in Brazil. In order to carry out this investigation, bibliography research techniques have been used, as well as content analyses research. It has been observed that this topic has not been sufficiently explored, since it has emphasized basically the stages in the research process, its classifications and its responsibilities of Public Relations Research.

## PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

Relações Públicas (*Public Relations*)  
Pesquisa (*Research*)  
Bibliografia (*Bibliography*)

Cláudia Peixoto de Moura

PUCRS

## Introdução

O estudo enfocou a pesquisa em Relações Públicas, responsável por grande parte das informações necessárias às instituições. Em Relações Públicas a informação é trabalhada tendo como meta a opinião dos diversos públicos, visando à integração da instituição. Teoricamente, a base necessária para coordenar uma pesquisa está relacionada a determinado conhecimento do processo metodológico inerente à atividade, que asseguraria uma perfeita execução de qualquer estudo com este tipo de suporte técnico. O presente projeto teve como objetivo:

\* revisar as fontes bibliográficas sobre a questão da Pesquisa em Relações Públicas, editadas no Brasil, possibilitando o estabelecimento de um panorama das tendências dos estudos e dos aspectos metodológicos abordados para o desenvolvimento de investigações na área.

Para a elaboração do estudo foram utilizadas:

\* a técnica de pesquisa bibliográfica, no levantamento e coleta das informações pertinentes ao tema, e a técnica de Análise de Conteúdo, para classificar as fontes bibliográficas que apresentam textos abordando a questão da pesquisa na área. O levantamento concentrou-se nos livros e colecionárias sobre Relações Públicas<sup>1</sup>.

O interesse em elaborar o presente trabalho está diretamente ligado aos problemas que a prática profissional impõe aos graduados e acadêmicos de Relações Públicas. Existe a necessidade de um aprendizado, de uma formação profissio-

nal embasada para o exercício de uma atribuição considerada como um dos alicerces da profissão.

O desenvolvimento do projeto será apresentado explicitando e documentando um assunto até então pouco explorado na bibliografia de Relações Públicas editada no Brasil. O estudo teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul – FAPERGS.

### **A Pesquisa em Relações Públicas: análise da bibliografia existente<sup>2</sup>**

A pesquisa é uma atribuição da profissão de Relações Públicas. A atividade específica tem um papel relevante na qualificação profissional e no desenvolvimento da área, que é ampla, possibilitando atuações em diversos campos. O planejamento e execução de uma pesquisa exigem do profissional um conhecimento aprofundado de métodos e técnicas para o desenvolvimento de um estudo proveitoso. Apesar da profissão ter nesta atividade uma de suas principais atribuições, o assunto é pouco explorado na bibliografia de Relações Públicas editada no Brasil.

A profissão é disciplinada pela Lei nº 5.377, de 1967, que define suas atividades específicas, entre as quais há referência à “coordenação e planejamento de pesquisas de opinião pública, para fins institucionais”, regulamentada pelo Decreto nº 63.283, de 1968. Portanto, a atividade de pesquisa deve ser exercida pelos profissionais de Relações Públicas.

Conta com um projeto de lei, resultante das ‘Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas’, no qual foram estabelecidas modificações conceituais solicitadas pela categoria, indicando como funções e atividades definidas para a área: diagnosticar e prognosticar os relacionamentos entre entidades e públicos, pesquisar e projetar cenários institucionais, assim como avaliar resultados de programas, podendo ser identificadas como um processo, no qual

os relacionamentos entre públicos e entidades ocorrem a partir de necessidades e informações.

Reforçando esta questão, a Resolução Normativa nº 43, estabelecida pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – CONFERP, em agosto de 2002, definiu atividades privativas da área, entre elas a pesquisa.

Coordenar e planejar, diagnosticar e prognosticar, além de implantar, realizar, dirigir, acompanhar e avaliar, são ações inerentes ao processo de investigação, no qual o levantamento e análise de informações e opiniões dos públicos estratégicos ou de interesse para a organização possibilitem orientar as decisões e o processo de comunicação, tão necessários ao êxito institucional.

### **Registros Anteriores**

Pesquisa em Relações Públicas não é um título comum encontrado nas obras editadas no Brasil, conforme pode ser constatado na bibliografia selecionada para a realização do presente estudo. Convém salientar que apenas duas obras tiveram seu título relacionado à Pesquisa em Relações Públicas como uma atividade profissional. Estudos sobre a profissão tornam-se indispensáveis para uma qualificação da área. Ocorre que o assunto é abordado em capítulos de livros que tratam de questões da área de Relações Públicas.

Como o objetivo do estudo é realizar um levantamento das informações sobre o referido tema na bibliografia nacional, cabe aqui uma referência a dois autores brasileiros devido a sua produção científica na área. Com base nas afirmações de Andrade (1978) e Simões (1993), determinados tópicos serão registrados constituindo uma proposta de classificação dos conteúdos identificados nas obras selecionadas para o trabalho.

Cândido Teobaldo de Souza Andrade editou em 1978 o “Dicionário Profissional

de Relações Públicas e Comunicação”, contendo termos específicos da área.

Conceitua pesquisa como “uma análise de um mercado ou de opiniões entre pessoas, grupos ou instituições. – Técnica usada para determinar ou apreciar o comportamento do público. – Método para avaliar o valor e a extensão de certos acontecimentos e identificar os seus fatores determinantes”. (ANDRADE, 1978, p. 65)

Outros verbetes definidos na obra são: Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa de Administração, Pesquisa de Opinião e Pesquisa Institucional. Considera a Pesquisa de Administração e a Pesquisa Institucional como sinônimos, sendo uma “compilação de dados resultantes de atos administrativos ou opiniões de diretores e funcionários ...”, cujo exemplo citado é a “terceira fase do Processo de Relações Públicas (Levantamento das Condições Internas)” (ANDRADE, 1978, p. 65).

Quanto à Pesquisa de Opinião, “também chamada inquérito por amostragem e entrevista” (ANDRADE, 1978, p. 65), o autor indica objetivos para a sua realização e exemplifica com duas fases do processo de Relações Públicas: a segunda (apreciação do comportamento dos públicos) e a sexta (avaliação e controle dos resultados).

As fases do processo são seis:

- 1) determinação dos grupos e identificação dos públicos;
- 2) apreciação do comportamento dos públicos;
- 3) levantamento das condições internas da organização;
- 4) revisão e ajustamento da política administrativa;
- 5) amplo programa de informação;
- 6) avaliação e controle dos resultados” (ANDRADE, 1978, p. 68)

Na tese de doutorado de Roberto Porto Simões, defendida em 1993 sob o título “Relações Públicas e seus Fundamentos em Micropolítica”, há uma classificação do conteúdo dos diversos enfoques existentes na área, identificados como: estrutural, administrativo, filosófico, político, comunicacional, psicossociológico, mercadológico, personalístico, todos subdivididos em tópicos. No enfoque psicossociológico há um tópico referente a “Relações Públicas visam formar a opinião pública”, onde o autor afirma que

o difícil é medir, quantificar, tornar sensível e analisável esse denominador comum, mesmo que se recrutem todos os recursos da pesquisa de opinião pública. O somatório e a combinação dos dados produzidos por tantos respondentes individuais produzem um resultado confiável apenas em certa medida, porque abrangem apenas parte de tudo o que poderia ser considerado pertinente ou significativo para a solução de um determinado problema (SIMÕES, 1993, p. 49).

Uma outra colocação, ainda dentro deste enfoque, indica que “no caso da área da pesquisa, por exemplo, a constatação de que é impossível medir-se ‘opinião pública’, na forma plena de sua existência, fez com que os estudiosos se convencessem de que buscavam apenas a ‘opinião’, algo individual, a tornar-se expressivo apenas enquanto fator para a produção de dados estatísticos” (SIMÕES, 1993, p. 51)

Nos outros enfoques o autor não citou questões relativas à pesquisa.

Considera pesquisas e levantamentos de expectativas, atitudes e opinião como instrumentos de entrada, que fornecem informações ao setor de Relações Públicas. “A pesquisa de expectativas tem por meta captar o que os públicos esperam da organização e como valorizam suas decisões.

É por este tipo de investigação que se deve orientar, predominantemente, o profissional de Relações Públicas, quando seu plano de ação é preventivo.” (SIMÕES, 1993, p. 150)

A pesquisa de atitude investiga “as crenças, os afetos e as tendências à ação frente a um objeto social”.

E, “por pesquisa de opinião, entende-

se a busca de informações sobre o que as pessoas pensam de um objeto social" (SIMÕES, 1993, p. 150).

Então, conhecer procedimentos metodológicos de pesquisa é um dos requisitos para o exercício profissional de Relações Públicas.

De acordo com a tese de Simões, a pesquisa é inerente ao trabalho do profissional de Relações Públicas já que o capacita a fazer previsões e acompanhar situações, através do conhecimento das informações relacionadas à organização.

Com vistas a este problema, em 1995 realizei uma pesquisa sobre a legislação de Relações Públicas<sup>3</sup>.

O mais relevante nos seus resultados foi o fato da legislação não contar com uma aprovação total das pessoas envolvidas na área.

Isto caracteriza uma certa desaprovação quanto aos artigos envolvendo as atividades profissionais, o profissional, o campo de atuação e o exercício da profissão de Relações Públicas.

Este dado, por si só, já retratava a existência de um questionamento referente aos artigos da Lei nº 5.377 e do Decreto nº 63.283<sup>4</sup>.

Porém, mediante os resultados da pesquisa realizada, podemos concluir que a maioria dos pesquisados (60,30%) concorda totalmente com o item "Relações Públicas coordena e planeja pesquisas de opinião pública, para fins institucionais". Este item é o foco do presente trabalho.

De 1994 a 1997 ocorreu o 'Parlamento Nacional de Relações Públicas', que se caracterizou por ser um fórum de debates promovido pelo CONFERP, com a participação de profissionais, professores e acadêmicos da área, além de representantes de entidades de classe.

Com base nas discussões regionais da categoria foi elaborado um Projeto de Lei, redigido em outubro de 1997, por uma comissão nomeada pelo referido Conselho.

Denominado 'Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas', o

documento em questão apresenta modificações conceituais solicitadas pela categoria, a partir de uma revisão que teve como resultado a alteração do art. 2º da Lei 5.377, de 11/12/67, e a revogação do art. 4º do Decreto 63.263, de 26/09/68.

A redação do novo art. 2º da Lei 5.377 detalha inclusive a atividade de pesquisa a ser desenvolvida por profissionais da área.

Em 1999, realizei um outro estudo enfocando a legislação de Relações Públicas<sup>5</sup>, no qual foi possível estabelecer relações entre a legislação (com as atribuições profissionais regidas pela Lei nº 5.377, em seu art. 2º, e pelo Decreto 63.283, em seu art. 4º) e o projeto de lei proposto como resultado do 'Parlamento Nacional de Relações Públicas'.

Assim, considerando a **Função Diagnosticar**, as atribuições ou atividades específicas da profissão são identificadas como:

\* a realização de pesquisas e auditorias; (projeto de lei)

\* a avaliação dos resultados dos programas; (projeto de lei)

\* a coordenação e planejamento de pesquisas. (Lei nº 5.377)

No que tange à realização de pesquisas e auditorias, a investigação é classificada como: auditoria de opinião; pesquisa de opinião; pesquisa institucional; e pesquisa de cenário institucional.

Como o projeto de lei ainda não foi avaliado pela Câmara dos Deputados, em Brasília, o CONFERP estabeleceu a Resolução Normativa nº 43, em 2002.

No referido documento, art. 1º, § 4º, a pesquisa é uma das atividades privativas da área, descrita como "processo interativo de levantamento de dados e informações de interesse de uma organização"<sup>6</sup>.

Está dividida em pesquisa quantitativa e qualitativa, apresentando as seguintes características, conforme o quadro abaixo, baseado na resolução

**Quadro 1 - Características da Pesquisa em Relações Públicas:**

<p><b>Pesquisa Quantitativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- análise de informações com números e percentuais de opiniões de entrevistados;</li> </ul> <p><b>Pesquisa de opinião:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levantamento de informações e identificação de opiniões;</li> <li>- tabulação e cruzamento de dados</li> <li>- análise quantitativa indicando a natureza da organização;</li> <li>- resultado com elementos percentuais.</li> </ul>	<p><b>Pesquisa Qualitativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- análise de informações com profundidade de opiniões de entrevistados;</li> <li>- resultado das opiniões individuais ou de grupo;</li> </ul> <p><i>Auditória de Opinião:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levantamento de informações e identificação de opiniões, percepções, expectativas e conhecimento;</li> <li>- levantamento de informações de maneira informal e espontânea;</li> <li>- análise e interpretação das informações;</li> <li>- resultado qualitativo determinando o perfil organizacional;</li> </ul> <p>a) <i>Auditória ou pesquisa de imagem</i> (imagem mediante o conceito da organização)</p> <p>b) <i>Auditória ou pesquisa de clima organizacional</i> (níveis de satisfação e insatisfação existentes na organização ou parte dela)</p> <p>c) <i>Auditória ou pesquisa de perfil organizacional</i> (características institucionais, administrativas, políticas e de procedimentos da organização)</p>
--	--

A Auditoria de Opinião resulta no estabelecimento de um perfil organizacional, de acordo com a resolução, embora seja indicada a Auditoria ou Pesquisa de Perfil Organizacional como uma de suas variações.

Além disso, resultados referentes à imagem e ao clima organizacional também podem ser obtidos com a atividade. Neste sentido, o texto da resolução não é esclarecedor. Um outro aspecto que merece uma consideração sobre a Auditoria de Opinião é o registro de que “essa análise oferece um diagnóstico preciso e o embasamento correto para a criação do planejamento estratégico de comunicação”<sup>7</sup>. Ora, para um diagnóstico ser ‘preciso’ e um embasamento ser ‘correto’, há necessidade de “executar ações que permitam o conhecimento ou a determinação das causas que provocaram determinado fato nas organizações. A análise conclusiva das informações desse conhecimento ou dessa determinação é chamada diagnóstico”<sup>8</sup>. Convém salientar que a Auditoria de Opinião e também outros processos investigativos podem garantir a criação do planejamento estratégico de comunicação.

O mesmo caráter restritivo pode ser observado no texto da resolução quando faz referência aos entrevistados, pois é um indicativo de que tanto na Pesquisa como na Auditoria de Opinião a entrevista é a única técnica adotada, desconsiderando a de questionário (autopreenchido pelos pesquisados). A resolução ainda reforça a função Diagnosticar como um conjunto de ações executadas com a finalidade de analisar informações, sendo uma atribuição que necessita de um conhecimento da teoria e técnica de Relações Públicas, enfocando a questão gerencial da profissão.

## **Processos de Investigação**

O registro das informações específicas sobre a temática na bibliografia nacional da área terá como suporte duas autoras que tratam da pesquisa em comunicação: Lopes (1990) e Santaella (2001). Isto porque conhecer o assunto requer um contato com a teoria e a prática da atividade no que se refere aos aspectos metodológicos para a realização de uma pesquisa. O referido tema é encontrado em obras de Metodologia da Pes-

quisa Científica e Social. Cabe aqui uma referência a determinados tópicos que compõem uma investigação adequada, tanto como uma atividade profissional quanto acadêmica.

Lopes, na primeira edição do livro “Pesquisa em Comunicação” (1990), aborda a questão metodológica da pesquisa, concebida de forma oposta a um receituário de operações. Identifica “o duplo sentido da noção de Metodologia da pesquisa e metodologia na pesquisa. Enquanto a primeira indica o domínio do estudo dos métodos numa ciência particular, a segunda constitui o âmbito da aplicação desses métodos numa determinada pesquisa. Enquanto a primeira é a teoria metodológica, a segunda é a prática metodológica” (LOPES, 1990, p. 85).

Então, a primeira reconstrói a estrutura investigativa, e a segunda atua na dinâmica do processo investigativo, que também exige um conhecimento de técnicas e instrumentos, cujas características operacionais são referenciadas em obras específicas e na bibliografia da área profissional.

A autora apresenta um modelo metodológico composto por instâncias e fases da pesquisa, que interagem mediante determinadas operações. As instâncias são de ordem epistemológica, teórica, metódica e técnica.

As fases seguem o padrão convencional de pesquisa científica, encadeadas nas operações: definição do objeto, observação, descrição e interpretação. Considerando as fases indicadas e focalizando a instância técnica, as ações podem ser comparadas a algumas etapas de uma pesquisa executada como atividade profissional. As referidas ações são: explicação da observação, da seleção, da operacionalização do objeto verificável (empírico) da pesquisa, definindo indicadores observáveis; especificação da amostragem, das técnicas de coleta e de controle da observação; manipulação dos dados e análise mediante tratamento estatístico; transformação dos dados analisados em fatos interpretados.

Já Santaella, em sua recente obra “Comunicação e Pesquisa” (2001), apresenta um mapeamento da área, no qual Relações Públicas podem ser inseridas em dois campos: o do sujeito ou emissor da mensagem e sua interface com “as teorias das organizações e as teorias do marketing aplicado à comunicação” (SANTAELLA, 2001, p. 100); e o do receptor da mensagem e sua interface com “as ciências sociais e as teorias das mediações” (SANTAELLA, 2001, p. 100).

Fazendo referência aos tipos de pesquisa, indica a divisão entre as quantitativas e qualitativas, além de outras classificações. As pesquisas quantitativas estão caracterizadas pela mensuração estatística dos dados, enquanto que as qualitativas pela interpretação dos dados. Na investigação classificada como descriptiva, “há a pesquisa de opinião ou de atitude, que visa saber que ponto de vista, atitudes e preferências as pessoas têm a respeito de algo” (SANTAELLA, 2001, p. 145).

Também enquadrada como pesquisa empírica, devido à manipulação dos dados e mensuração dos resultados, focaliza a experimentação e a observação dos fenômenos, definindo procedimentos, técnicas e instrumentos como recursos para sua elaboração. Segundo a autora, a pesquisa é projetada considerando os seguintes aspectos: técnicas de observação, estruturada como sistemática e assistemática, com o observador participante ou não do grupo pesquisado, com observadores individuais ou em equipe, cuja observação se dá na realidade do campo ou mediante uma simulação.

As exigências técnicas “envolvem também a definição da população e amostragem, o controle de variáveis, o instrumento de pesquisa e as técnicas estatísticas” (SANTAELLA, 2001, p. 148-149) que tratarão os dados. As fontes podem ser pessoas, documentos e a mídia.

Os procedimentos metodológicos para a realização de uma investigação nos âmbitos profissional e científico são análogos e permitem abordar a temática Pesqui-

sa em Relações Públicas na bibliografia específica da área em questão.

## Categorias Estabelecidas

Para a elaboração do presente estudo foi necessária uma revisão da bibliografia existente sobre Relações Públicas, em edições brasileiras. As etapas para a realização do trabalho foram as seguintes:

a) Inicialmente, foi utilizada a técnica de pesquisa bibliográfica para levantar e coletar todas as informações pertinentes ao tema. A pesquisa bibliográfica foi realizada em mais de 60 obras publicadas<sup>9</sup>, como livros e coletâneas, cujo título registrava o enfoque em Relações Públicas. Observando o sumário das obras, foi possível identificar os capítulos que apresentam o assunto. Com base neste critério, 13 obras foram selecionadas por conterem textos sobre a pesquisa (ou auditoria) na área, que constituem o universo do estudo. Há uma única publicação específica sobre o assunto em pauta, editada no Brasil. Trata-se do livro de Waldyr Gutierrez Fortes, intitulado “Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para Relações Públicas”, publicado em 1990. Também foram encontrados textos que apresentam a síntese de relatórios de pesquisa, o que não foi considerado para o presente estudo. A escolha de livros e coletâneas se deve ao acesso às obras, porque são de domínio público e podem ser adquiridos, consultados, em livrarias e bibliotecas, respectivamente. Devido a isso, interferem no pensamento brasileiro a respeito da área, já que sua circulação ocorre nas cidades, universidades e eventos dirigidos.

b) Posteriormente, foi utilizada a Técnica de Análise de Conteúdo, para classificar as fontes bibliográficas, que apresentam textos abordando a questão da pesquisa na área. A análise de conteúdo foi baseada em Bardin (s.d.), que define a técnica como

uma investigação de temas, uma descrição do conteúdo das mensagens mediante a utilização de categorias para desmembrar os textos em unidades, nas quais o conteúdo manifesto é examinado.

As unidades de análise correspondem ao segmento de conteúdo considerado, visando à categorização a partir dos textos encontrados, podendo ser parágrafos ou itens dos capítulos das obras selecionadas.

As categorias usadas foram estabelecidas com base nas referências bibliográficas indicadas nos itens ‘registros anteriores’ e ‘processos de investigação’, permitindo a classificação dos textos. Algumas foram estabelecidas posteriormente, resultando da classificação progressiva das unidades analisadas.

As **categorias** representam a síntese de uma comunicação realizada pelos autores das fontes selecionadas, cabendo à investigação uma caracterização da mensagem, constituindo-se em uma **análise temática**. De acordo com Bardin, devem obedecer a um conjunto de regras, entre as quais um mesmo elemento não pode ser classificado em mais de uma categoria.

Esta regra não foi considerada pois os textos não permitiam tal exclusividade. Assim, um mesmo texto foi classificado em mais de uma categoria, por semelhança ou analogia, incluindo todos os conteúdos identificados nas obras.

O expressivo número de categorias representa uma maior precisão na classificação do conteúdo investigado, que foi quantificado em função da presença ou ausência de determinado assunto.

Os resultados caracterizam uma análise temática do material selecionado, nos quais os aspectos relevantes observados nas referidas fontes foram categorizados.

As categorias e subcategorias adotadas para a classificação dos textos e os seus respectivos códigos permitiram a geração da seguinte matriz de análise:

As 13 obras trabalhadas serão indicadas a seguir, em ordem alfabética por sobrenome de autor:

**Quadro 2 – Matriz para análise de conteúdo da temática nas obras selecionadas**

Categorias	Subcategorias
<i>Tipos de pesquisa</i>	1. Quantitativa: análise quantitativa, mensuração estatística dos dados, análise mediante tratamento estatístico; tabulação e cruzamento de dados 2. Qualitativa: análise em profundidade e interpretação de informações, transformação dos dados analisados em fatos interpretados
<i>Técnicas de Pesquisa</i>	3. Técnicas de Entrevista e suas variações 4. Técnicas de observação: estruturada como sistemática e assistemática, com o observador participante ou não do grupo pesquisado, com observadores individuais ou em equipe, cuja observação se dá na realidade do campo ou mediante uma simulação 5. Técnica de Questionário
<i>Etapas do Processo de Pesquisa</i>	6. Coordenação, planejamento e execução (coleta de dados, processamento, análise descritiva e interpretação) e comunicação dos resultados (relatório final) 7. Objetivos: levantar informações e identificar opiniões, expectativas, atitudes, conhecimento, percepções, preferências, tendências 8. Problemas e hipóteses 9. Fontes: pessoas, grupos, instituições, documentos e a mídia 10. População e amostragem 11. Instrumentos: características operacionais 12. Indicadores observáveis e controle de variáveis
<i>Definições e Condutações da Pesquisa</i>	13. Definições de pesquisa 14. Limitações e erros 15. Código de Ética
<i>Classificações da pesquisa em Relações Públicas</i>	16. Pesquisa de Opinião (inquérito) 17. Pesquisa Bibliográfica 18. Pesquisa de Administração ou Pesquisa Institucional (organizacional) 19. Auditorias de opinião: com as variações de Auditoria ou pesquisa de imagem, Auditoria ou pesquisa de clima organizacional, Auditoria ou pesquisa de perfil organizacional 20. Pesquisa de Mercado (Pesquisa de Marketing) 21. Pesquisa na Mídia (análise de conteúdo dos meios de comunicação) 22. Outras classificações <sup>10</sup>
<i>Attribuições da pesquisa em Relações Públicas</i>	23. Aplicação da pesquisa, para conhecimento da realidade e orientação do Processo de Relações Públicas 24. Apreciação do comportamento dos públicos: segunda fase do Processo de Relações Públicas, captação das expectativas dos públicos (ação preventiva) 25. Levantamento das Condições Internas: terceira fase do Processo de Relações Públicas, compilação de dados resultantes de atos administrativos ou de opiniões do público interno 26. Avaliação e controle dos resultados de programas: sexta fase do Processo de Relações Públicas 27. Função de Diagnosticar (Diagnóstico Administrativo)

A ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1994.

B AZEVEDO, P. E. M. *Manual de relações públicas*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1979.

C BAUS, Herbert M. *Relações públicas: dinâmica e prática*. São Paulo: Fundo de Cultura.

D CANFIELD, Bertrand R. *Relações Públicas*. Tradução de KRAHENBUHL, Olívia. São Paulo: Pioneira, 1961. (2v.)

E ETTINGER, Karl E. *Pesquisas e rela-*

*ções públicas*. Rio de Janeiro: USAID, 1964.

F FORTES, Waldyr Gutierrez. *Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas*. São Paulo: Loyola, 1990.

G FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*. São Paulo: Summus, 2003.

H KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). *Obtendo resultados com Relações Públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.

I KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4.ed. rev. atual. e

ampl. São Paulo: Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação; v. 69).

J LESLY, Philip (coord.). Os fundamentos de relações públicas e da comunicação. Tradução de CAHEN, Roger. São Paulo: Pioneira, 1995 (Biblioteca Pioneira de administração e negócios)

K MAGALHÃES, Celso de. Relações públicas e relações humanas. São Paulo: IBGE, 1970.

L OLIVEIRA, Vera Regina Leal. Noções básicas de relações públicas. Salvador: Contemp, 1987.

M SIMON, Raymond. (org.) Relações Públicas: perspectivas de comunicação. Tradução de REIS, Augusto. São Paulo: Atlas, 1972.

Um cruzamento entre as categorias e subcategorias da matriz para análise de conteúdo da temática e as obras selecionadas pode ser estabelecido. Os resultados da categorização dos textos possibilitam identificar alguns aspectos:

a) as obras que contêm os maiores números de incidências de subcategorias são: em primeiro lugar Fortes (2003) e Kunsch (2003), em segundo Lesly (1995), em terceiro Andrade (1994), e em quarto Fortes (1990) e Canfield (1961). Isto demonstra que a temática está sendo mais detalhada pelos autores a partir dos anos 90<sup>11</sup>. Fortes já se preocupava com a questão da pesquisa, quando editou uma obra específica sobre o assunto em 1990, e no livro publicado em 2003 apresentou em mais de um capítulo vários aspectos relativos ao processo de investigação, tipos e técnicas de pesquisa, suas classificações e atribuições para Relações Públicas. Kunsch, na edição de 2003, dedicou um capítulo inteiro à pesquisa e auditoria em Relações Públicas, abordando conceitos, técnicas e instrumentos de pesquisa, suas classificações, tipologias e atribuições para a área. Embora Canfield (1961) e Lesly (1995) sejam autores estrangeiros, suas obras foram traduzidas e editadas no Brasil, contendo capítulos a respeito da pesquisa na área. Andrade é o autor brasi-

leiro com maior número de publicações em Relações Públicas, sendo que o livro de 1994 encontra-se em sua 5ª edição abordando a temática. As outras edições ocorreram em 1970 (1ª edição), 1974 (2ª edição), 1980 (3ª edição) e 1988 (4ª edição).

b) as subcategorias mais encontradas nas obras selecionadas foram:

- a Aplicação da pesquisa, para conhecimento da realidade e orientação do Processo de Relações Públicas, em primeira colocação, com incidência em todos os textos analisados;

- a Apreciação do comportamento dos públicos (segunda fase do Processo de Relações Públicas), captação das expectativas dos públicos (ação preventiva), em segunda colocação;

- a indicação de Objetivos de pesquisa, tais como levantar informações e identificar opiniões, expectativas, atitudes, conhecimento, percepções, preferências, tendências, em terceira colocação;

- a Técnica de Questionário, mais a identificação das Fontes de pesquisa, tais como pessoas, grupos, instituições, documentos e a mídia, em quarta colocação;

- as Técnicas de Entrevista e suas variações, mais a Pesquisa de Opinião (inquérito), além de Outras classificações da pesquisa em Relações Públicas em quinta colocação.

c) tomando como base o número total das incidências nas categorias, é possível verificar que as Etapas do processo de pesquisa (com 7 subcategorias) apresentam o maior índice: 28,57% dos textos analisados. As Classificações da pesquisa em Relações Públicas (com 7 subcategorias) obtiveram um valor percentual menor: 24,49% das ocorrências. As Atribuições da pesquisa em Relações Públicas (com 5 subcategorias) apareceram em 22,96% dos textos selecionados. As categorias Definições e conduções da pesquisa, e Tipos de pesquisa obtiveram um número de incidências menor de 10%.

Para finalizar, é relevante mencionar que a categorização dos capítulos das obras selecionadas retratou o conteúdo observado na bibliografia. O tratamento dos

dados envolveu a organização de tabelas apresentando as categorias e suas freqüências em percentuais, que permitiram estabelecer a importância dos elementos analisados.

Após a revisão das fontes bibliográficas sobre a questão da Pesquisa em Relações Públicas, editadas no Brasil, foi estabelecido um panorama dos aspectos metodológicos abordados para o desenvolvimento de uma investigação. Nas orientações bibliográficas, das três categorias com os percentuais mais altos, duas estão vinculadas diretamente à área. São elas: as Classificações e as Atribuições da pesquisa em Relações Públicas. Porém, as Etapas do processo de pesquisa e as Classificações da pesquisa em Relações Públicas são os assuntos mais pautados.

A maioria das publicações editadas na área não está direcionada à atividade de pesquisa, embora os procedimentos metodológicos sejam abordados com base nas referências bibliográficas da Comunicação e das Ciências Sociais, uma vez que há poucas obras enfocando a temática Pesquisa em Relações Públicas .

## Notas

1 O processo de categorização contou com o auxílio de um programa de banco de dados, denominado Winisis, que organizou o cadastramento e o armazenamento das informações, especificando detalhes como: autor, título da obra, local de publicação, editora, edição, ano, capítulos das obras, categorias dos títulos, década enquadrada, se trata de pesquisa, se possui bibliografia e alguma observação necessária.

2 Tópico apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), que ocorreu em setembro de 2003, na cidade de Belo Horizonte - MG. Esta foi a primeira etapa de um estudo sobre a atividade específica de pesquisa desenvolvida na área, cujo projeto ainda prevê desdobramentos.

3 Trabalho apresentado no GT Relações Públicas, do XIX

Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM, realizado em Londrina - PR, em setembro de 1996, com o título "Relações Públicas: a legislação em foco".

4 As questões da pesquisa foram elaboradas a partir da Lei nº 5.377 - artigo 2º, e do Decreto nº 63.283 - artigo 2º - alínea A, artigo 4º, e artigo 5º - parágrafo 3º.

5 Trabalho apresentado no GT Relações Públicas, do XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM, realizado no Rio de Janeiro - RJ, em setembro de 1999, com o título "A Legislação Existente e o Novo Projeto de Lei para Relações Públicas". Texto publicado na obra "Tendências na Comunicação: 4", editada pela L&PM, em 2001.

6 CONFERP - Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas - Resolução Normativa N.º 43, de 24 de agosto de 2002, art. 1º, § 4º, item XI.

7 Idem, item XIII.

8 Idem, item XI (sic).

9 Foram consideradas as obras publicadas até junho de 2005.

10 Além das 6 subcategorias registradas no quadro, foram indicadas nos textos: pesquisa comercial, pesquisa técnica (novos produtos, empresas, indústrias), pesquisa motivacional, pesquisa de atitude, pesquisa de tendências sociais, pesquisa de índice de entendimento, pesquisa de avaliação, pesquisa de distribuição, pesquisa de consumidores (consumo), pesquisa de leitura, pesquisa legislativa, pesquisa etnográfica, enquete, survey, pesquisa-ação, pesquisa painel, pesquisa de focalização (grupos focais), pesquisa com comitês consultivos, pesquisa de cartas e telefonemas (linhas telefônicas gratuitas - 0800), pesquisa por telefone, pesquisa virtual. Algumas classificações apresentadas pelos autores podem ser identificadas como técnicas de pesquisa.

11 Levando em consideração a data das publicações, as 13 obras selecionadas estão distribuídas da seguinte forma: até os anos 70 há 3 textos, nos anos 70 - 3 textos, nos anos 80 - 1 texto, nos anos 90 - 4 textos e, após o ano

2000 - 2 textos.

## Referências

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e Glossário de termos anglo-americanos*. São Paulo: Saraiva, 1978.
- AZEVEDO, P. E. M. *Manual de relações públicas*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1979.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUS, Herbert M. *Relações públicas: dinâmica e prática*. São Paulo: Fundo de Cultura, 1946.
- CANFIELD, Bertrand R. *Relações Públicas*. Tradução de KRAHENBUHL, Olívia. São Paulo: Pioneira, 1961. (2v.)
- CONFERP - Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas. Resolução Normativa N.º 43, de 24 de agosto de 2002. Disponível em [www.conrerprssc.org.br](http://www.conrerprssc.org.br)
- ETTINGER, Karl E. *Pesquisas e relações públicas*. Rio de Janeiro: USAID, 1964.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. *Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas*. São Paulo: Loyola, 1990.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCHE, Margarida Maria Krohling (org). *Obtendo resultados com Relações Públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.
- KUNSCHE, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4.ed.rev.atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação, v. 69).
- LESLY, Philip (coord.). *Os fundamentos de relações públicas e da comunicação*. Tradução de CAHEN, Roger. São Paulo: Pioneira, 1995 (Biblioteca Pioneira de administração e negócios).
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990.
- MAGALHÃES, Celso de. *Relações públicas e relações humanas*. São Paulo: IBGE, 1970.
- OLIVEIRA, Vera Regina Leal. *Noções básicas de relações públicas*. Salvador: Contemp, 1987.
- SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas e seus Fundamentos em Micropolítica*. Porto Alegre: PUCRS, 1993. (Tese de Doutorado)
- SIMON, Raymond. (org.) *Relações Públicas: perspectivas de comunicação*. Tradução de REIS, Augusto. São Paulo: Atlas, 1972.