



A PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS: ANÁLISE DA BIBLIOGRAFIA EXISTENTE

Profa. Dra. Cláudia Peixoto de Moura

Apresentação

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 exige 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 possibilitam 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”¹.

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

¹ ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e Glossário de termos anglo-americanos*. São Paulo: Saraiva, 1978, p. 65

Internas)”². Quanto à Pesquisa de Opinião, “também chamada inquérito por amostragem e entrevista”³, 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”⁴

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”⁵.

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”⁶.

² Idem

³ Idem

⁴ Idem, p. 68

⁵ SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas e seus Fundamentos em Micropolítica*. Porto Alegre: PUCRS, 1993. (Tese de Doutorado), p.49.

⁶ Idem, 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”⁷. 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”⁸.

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 capacita-o 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 Públicas⁹. 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 63.283¹⁰. 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 Conselho Federal dos

⁷ Idem, p.150.

⁸ Idem, p.150.

⁹ 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”.

¹⁰ As questões 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.



Profissionais de Relações Públicas - 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 CONFERP.

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 Públicas¹¹, no qual foi possível estabelecer relações entre a legislação em vigor (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

¹¹Trabalho 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.

organização”¹². 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

Pesquisa Quantitativa	Pesquisa Qualitativa
<ul style="list-style-type: none"> - análise de informações com números e percentuais de opiniões de entrevistados; <p><i>Pesquisa de opinião:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - levantamento de informações e identificação de opiniões; - tabulação e cruzamento de dados - análise quantitativa indicando a natureza da organização; - resultado com elementos percentuais. 	<ul style="list-style-type: none"> - análise de informações com profundidade de opiniões de entrevistados; - resultado das opiniões individuais ou de grupo; <p><i>Auditoria de Opinião:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - levantamento de informações e identificação de opiniões, percepções, expectativas e conhecimento; - levantamento de informações de maneira informal e espontânea; - análise e interpretação das informações; - resultado qualitativo determinando o perfil organizacional; <p>a) <i>Auditoria ou pesquisa de imagem</i> (imagem mediante o conceito da organização)</p> <p>b) <i>Auditoria ou pesquisa de clima organizacional</i> (níveis de satisfação e insatisfação existentes na organização ou parte dela)</p> <p>c) <i>Auditoria 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”¹³. 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

¹² CONFERP - Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas –. Resolução Normativa N.º 43, de 24 de agosto de 2002, Art. 1º, § 4.º, item XI.

¹³ Idem, item XIII



determinado fato nas organizações. A análise conclusiva das informações desse conhecimento ou dessa determinação é chamada diagnóstico”¹⁴. 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 (auto-preenchido 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 Pesquisa 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.”¹⁵. Então, a primeira reconstrói a estrutura investigativa, e a segunda atua na dinâmica do processo

¹⁴ Idem, item XI (sic)

¹⁵ LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990, p. 85



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”¹⁶; e o do receptor da mensagem e sua interface com “as ciências sociais e as teorias das mediações”¹⁷. 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 descritiva, “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”¹⁸.

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

¹⁶ SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001, p. 100

¹⁷ Idem

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”¹⁹ 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 Pesquisa 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, 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.

¹⁸ Idem, p. 145

¹⁹ Idem, p. 148-149

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 Bardin²⁰, 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 a 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 ‘registros anteriores’ e nos ‘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:

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

<i>Categorias</i>	<i>Sub-categorias</i>
<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

²⁰ BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, s.d.

<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 Conduções 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 ²¹
<i>Atribuições 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)

²¹ 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, enquête, 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.

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

- 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, [1946?].
- D CANFIELD, Bertrand R. *Relações Públicas*. Tradução de KRAHENBUHL, Olívia. São Paulo: Pioneira, 1961. (2v.)
- E ETTINGER, Karl E. *Pesquisas e relações 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*. São Paulo: Summus, 1986.
- 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 conforme o quadro a seguir:

Quadro 3 – Categorização do conteúdo de pesquisa nas obras de Relações Públicas

Obras		A	B	C	D	E	F	G
Tipos de pesquisa	1.	X			X		X	X
	2.						X	X
Técnicas de Pesquisa	3.	X		X	X		X	X
	4.						X	X
	5.	X		X	X		X	X
Etapas do Processo de Pesquisa	6.	X			X		X	X
	7.	X		X	X		X	X
	8.	X		X	X	X	X	X
	9.		X	X	X	X	X	X
	10.	X	X		X			X
	11.	X			X		X	X
	12.						X	X
Definições e Conduções da Pesquisa	13.	X						
	14.			X	X			
	15.	X						



<i>Classificações da pesquisa em Relações Públicas</i>	16.	X	X	X	X			X
	17.			X	X			X
	18.	X					X	X
	19.							X
	20.	X		X	X	X		X
	21.	X	X	X	X			X
<i>Atribuições da pesquisa em Relações Públicas</i>	22.	X		X	X	X	X	X
	23.	X	X	X	X	X	X	X
	24.	X	X	X	X	X	X	X
	25.	X			X	X	X	X
	26.	X	X	X		X	X	X
	27.	X					X	X
Total de Incidências	20	7	14	18	8	18	24	

Quadro 3 – Categorização do conteúdo de pesquisa nas obras de Relações Públicas

Categorias/ Subcategorias		Obras	H	I	J	K	L	M	Total	Valor %
<i>Tipos de pesquisa</i>	28.	X		X	X				7	5,56
	29.			X					3	
<i>Técnicas de Pesquisa</i>	30.	X	X	X	X				9	12,22
	31.		X				X		4	
	32.	X		X	X	X			9	
<i>Etapas do Processo de Pesquisa</i>	33.	X		X	X				7	29,44
	34.	X	X	X	X	X	X		11	
	35.			X					7	
	36.	X	X	X	X				10	
	37.			X	X				6	
	38.	X	X	X	X				8	
<i>Definições e Conduções da Pesquisa</i>	39.			X			X		4	6,11
	40.	X		X			X		4	
	41.	X		X			X		5	
<i>Classificações da pesquisa em Relações Públicas</i>	42.	X							2	23,33
	43.			X	X	X			8	
	44.			X	X				5	
	45.		X				X		5	
	46.	X		X					3	
	47.	X					X		7	
<i>Atribuições da pesquisa em Relações Públicas</i>	48.			X					6	23,33
	49.			X		X			8	
	50.	X	X	X	X	X	X		13	
	51.	X		X	X		X		11	
<i>Relações Públicas</i>	52.		X	X					7	23,33
	53.				X				7	
	54.	X							4	
Total de Incidências	15	8	21	13	9	5	180	100,00		



Os resultados da categorização dos textos possibilitam identificar alguns aspectos:

- as obras que contêm os maiores números de incidências de subcategorias são: em primeiro lugar Fortes (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 90²². Fortes já se preocupava com a questão da pesquisa, quando editou uma obra específica sobre o assunto, 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. 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 brasileiro 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).

- as subcategorias mais encontradas nas obras selecionadas foram:

- a) 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;
- b) a apreciação do comportamento dos públicos (segunda fase do Processo de Relações Públicas), captação das expectativas dos públicos (ação preventiva), além da indicação de objetivos de pesquisa, tais como levantar informações e identificar opiniões, expectativas, atitudes, conhecimento, percepções, preferências, tendências, em segunda colocação;
- c) a identificação das fontes de pesquisa, tais como pessoas, grupos, instituições, documentos e a mídia, em terceira colocação;
- d) as técnicas de Entrevista e suas variações, mais a técnica de Questionário, em quarta colocação. Há outras classificações da pesquisa em Relações Públicas que, somadas,

²² Levando em consideração a data das publicações, as 13 obras selecionadas estão distribuídas da seguinte forma: até os anos 60 há 3 textos, nos anos 70 – 3 textos, nos anos 80 – 2 textos, nos anos 90 – 4 textos e, após o ano 2000 apenas 1 texto.



equivalem ao número de incidências observado para a Pesquisa de Opinião (inquérito) e a explicitação dos instrumentos, com características operacionais.

- tomando como base o número total da incidências nas subcategorias, é possível verificar que as etapas do processo de pesquisa apresentam o maior índice, com 29,44% de incidências nos textos analisados. As classificações e as atribuições da pesquisa em Relações Públicas obtiveram um valor percentual menor, com 23,33% das incidências em cada uma das categorias. Das três categorias com os percentuais mais altos, duas estão vinculadas diretamente à área.

Para concluir, 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. Apesar da Pesquisa em Relações Públicas ser responsável por grande parte das informações necessárias às instituições, há poucos textos abordando a temática. Mediante este resultado, um novo projeto é oportuno ao focar a formação profissional direcionada à atividade de pesquisa e o suporte bibliográfico referente aos procedimentos metodológicos oriundos das áreas da Comunicação e das Ciências Sociais.



Fontes Consultadas

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e Glossário de termos anglo-americanos*. São Paulo: Saraiva, 1978

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, s.d.

CONFERP - Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas –. *Resolução Normativa N.º 43*, de 24 de agosto de 2002. www.conrerprssc.org.br

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990

MOURA, Cláudia Peixoto de. *Relações Públicas: a legislação em foco*. Trabalho apresentado no GT Relações Públicas, do XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. Londrina – PR, 1996.

MOURA, Cláudia Peixoto de. *A Legislação Existente e o Novo Projeto de Lei para Relações Públicas*. Trabalho apresentado no GT Relações Públicas, do XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. Rio de Janeiro – RJ, 1999.

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)