

---

## **Tendências da Iniciação Científica em Relações Públicas no Brasil: mapeamento temático dos trabalhos do Intercom Jr <sup>1</sup>**

Beatriz Emanuelle da Silva FARIAS<sup>2</sup>

Jonas da Silva Gomes JÚNIOR<sup>3</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### **Resumo**

Este artigo visa identificar as tendências da iniciação científica em Relações Públicas por meio do mapeamento temático dos trabalhos apresentados na Divisão Temática (DT) Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Júnior, espaço integrado ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Foram selecionados 131 trabalhos publicados entre 2014 a 2019 e os procedimentos metodológicos foram divididos em: pesquisa bibliográfica, revisão de literatura, mapeamento, análise de conteúdo e categorizações. Foram constatados diversos dados que permitiram, por exemplo, apontar uma tendência a pesquisas relacionada aos temas de Sustentabilidade e Responsabilidade Social.

### **Palavras-chave**

Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Intercom; Iniciação Científica; Análise de Conteúdo.

### **Introdução**

Nos últimos anos, a área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional têm passado por um processo de consolidação acadêmica e científica avançada, tendo sido acompanhada por um emergente contexto de mudanças sistêmicas e fundantes. A sociedade pós-moderna tem sido diretamente influenciada pelo fenômeno da globalização econômica, da revolução da tecnologia da informação e comunicação, destacadamente as redes sociais, e a emergência das questões ambientais e da sustentabilidade. É nesse contexto de mudanças que o projeto “Mapeamento das tendências da iniciação científica em Relações Públicas no Brasil” está inserido, sendo a inquietação motivadora desta investigação perceber a diversidade de pesquisas, objetos e métodos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Artigo feito com base no Relatório do PIBIC "Mapeamento das tendências da iniciação científica em Relações Públicas no Brasil"

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. e-mail: [beatrizemanuellefarias@hotmail.com](mailto:beatrizemanuellefarias@hotmail.com). Bolsista UFAM.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. e-mail: [jonasjr@ufam.edu.br](mailto:jonasjr@ufam.edu.br)

---

O Intercom Júnior é um espaço acadêmico criado para acolher trabalhos de estudantes de graduação em Comunicação e também de recém-graduados. Os acadêmicos podem apresentar pesquisas derivadas de projetos de iniciação científica ou Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC). Os artigos são avaliados por um comitê científico, formado por professores-pesquisadores sócios da Intercom, sob a coordenação de cada divisão temática.

Ressalta-se que o objetivo do Intercom Júnior é o estímulo à atividade de pesquisa ainda na graduação, para formação de jovens pesquisadores. Alguns questionamentos exemplificam a pertinência e a importância da pesquisa são: Quais as linhas temáticas das pesquisas de iniciação científica? Quais são os principais objetos de estudo das investigações apresentadas no Intercom Jr? Que tipos de métodos e técnicas têm sido utilizados na iniciação científica em Relações Públicas? Qual a origem institucional dos estudantes/pesquisadores que mais submetem trabalhos nesse espaço acadêmico?

Para buscar respostas aos questionamentos acima expostos, esse trabalho está sendo fundamentado em estudos sobre Comunicação Organizacional, Pesquisa Científica e Relações Públicas. A compreensão sobre as tendências científicas da área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional é um dos aspectos mais relevantes da investigação.

### **Fundamentos da Pesquisa, Iniciação Científica**

A pesquisa está presente no cotidiano de todos, tanto informalmente, durante a tomada de decisões relacionada a tarefas diárias, por exemplo, ou de maneira mais técnica, como se encontra na academia por meio da pesquisa científica. A natureza questionadora do ser humano utiliza da pesquisa como instrumento a fim de responder suas questões de forma mais precisa possível. Segundo a perspectiva de Gil (2002, p.17) a pesquisa científica pode ser definida como “Procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

Por outro lado, para Trujillo Ferrari (1982, p. 167) a pesquisa é a “atividade humana, honesta, cujo propósito é descobrir respostas para as indagações ou questões significativas que são propostas”. É interessante notar o fato de ambas as definições revelarem a necessidade da obtenção da resposta ao se realizar uma pesquisa. O dever do pesquisador, acima de tudo, é responder a questão levantada. Como aponta Minayo (2002, p. 26) a pesquisa se inicia a partir

---

de “uma dúvida, um problema, uma pergunta” e resulta em “um produto provisório capaz de dar origem a novas interrogações”.

Ao ingressar na educação formal o aluno passa a ter contato com o conhecimento científico e, em determinadas instituições, obtém a oportunidade de ingressar em projetos de pesquisa mais aprofundados através da Iniciação Científica (IC). O CNPQ (2019) define Iniciação Científica como “o primeiro passo na carreira de um cientista, de um professor ou de um pesquisador”. Já Massi e Queiroz (2015, p.13) explicam a IC como “uma atividade que inicia o aluno de graduação na produção de conhecimento científico”. Segundo os mesmos autores, a atividade teve início na década de 1930 com a fundação das primeiras instituições de ensino superior que tinham como objetivo realizar pesquisas.

A familiaridade do aluno com a atividade de pesquisa durante sua formação é fundamental por possibilitar o descobrimento e/ou aperfeiçoamento de traços que, segundo Carlos Gil (2002, p. 18), são fundamentais para o pesquisador, como: curiosidade; criatividade; integridade intelectual; atitude autocorretiva; sensibilidade social; imaginação disciplinada. A atividade também proporciona “a evolução intelectual do aluno” assim como o “fomento das capacidades interpretativas, analíticas, críticas e contributivas” (CABERLON, 2003, p.). A Iniciação Científica atua, portanto, como uma porta de entrada para descoberta e valorização de futuros novos talentos.

### **Comunicação, Relações Públicas e a Pesquisa Científica**

A pesquisa em Comunicação no Brasil tem como um dos seus marcos iniciais a criação do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo, em 1970, que logo depois se tornou referência em toda América Latina, Lopes (2002, p.202) diz:

O PPGCOM-USP se reveste de grande importância para a formação na área de Comunicação, em nível de graduação e pós-graduação em todo o Brasil, atendendo e compartilhando seu trabalho com todas as regiões do País. No que diz respeito à sua contribuição nacional e internacional, ele continua atuante, constituindo uma das maiores referências acadêmicas e um grande pólo irradiador de pesquisa no campo da Comunicação.

Segundo Marques de Melo (2003), os pouquíssimos estudos existentes eram inspirados muitas vezes em obras europeias de comunicação, no entanto, com a criação de cursos de graduação e pós graduação a produção de pesquisa nacional em comunicação passa a crescer

---

exponencialmente. Ainda hoje as Instituições de ensino superior são protagonistas na produção de pesquisas na área. A respeito da expansão de produção científica em comunicação no Brasil, Meditsch (2012) aponta:

A área da Comunicação tem agora um considerável exército de pesquisadores em atividades em quatro dezenas de programas de Pós-Graduação espalhados por todas as regiões do País, produzindo centenas de teses e dissertações a cada ano, formando milhares de novos mestres e doutores, interagindo com centros de excelência pelo mundo afora, publicando incontáveis periódicos e livros com potencial impacto sobre os mais de seiscentos cursos de graduação em funcionamento no Brasil, onde dezenas de milhares de alunos se formam ávidos para atuar na realidade profissional. (2012, p.18).

As centenas de tentativas de definições existentes na literatura a respeito do que seria Relações Públicas entregam a dificuldade de um consenso. De fato, desde seu início a atividade pode ser interpretada de diversas formas, através de autores internacionais ou nacionais, sob diversas óticas e influências, levando ou não em consideração certos acontecimentos, entre outros.

A atividade de Relações Públicas pode ser definida como: a gestão da comunicação entre a organização e os seus públicos (GRUNIG e HUNT,1994), já Kotler e Keller (2010, p.593) apontam que “as Relações Públicas envolvem uma série de programas desenvolvidos para promover ou proteger a imagem de uma empresa ou de seus produtos em particular”. Por fim, a ABRP traz uma definição adotada por muitos, que aponta Relações Públicas como:

O esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da Alta Administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização públicas ou privada e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 1955).

Os autores Margarida Maria Krohling Kunsch e Roberto Porto Simões são responsáveis por abordar a pesquisa em suas obras e demais publicações, auxiliando a propagação da pesquisa em Relações Públicas no Brasil. Assim como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação também possui destaque a atuação da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp) e da

---

Revista Brasileira de Comunicação Social e Relações Públicas (Organicom), ambas promovem a fomentação da pesquisa na área.

## **Metodologia**

O objetivo desta pesquisa foi estudar as tendências da iniciação científica em Relações Públicas por meio do mapeamento temático dos trabalhos apresentados na Divisão Temática (DT) Relações Públicas e Comunicação Organizacional do espaço Intercom Júnior. Foi utilizado o estudo de caso, uma vez que este é ideal para responder às questões do tipo “como” e “porque”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e o foco encontra-se em fenômenos contemporâneos (DUARTE, 2005).

O método de pesquisa escolhido para esta pesquisa é considerado vantajoso por proporcionar “evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade” (GIL, 2002, p.140) e, assim, aumentando qualitativamente o corpo teórico da área. A pesquisa em curso privilegia a natureza qualitativa, visto que se acredita ser a mais coerente com a investigação realizada e, assim, diretamente relacionada com a problemática da pesquisa.

Assim, aspectos dos procedimentos teórico-metodológicos, como as técnicas de coleta de dados e interpretação foram usados a fim de alcançar respostas profícuas qualitativas que tiveram um viés quantitativo. Optamos pela Análise de Conteúdo como um importante recurso metodológico, visto que, assim, seria possível mapear diversas tendências temáticas nos resumos dos trabalhos, bem como evidenciar os objetos mais investigados, os métodos e técnicas de pesquisa e os avanços científicos no âmbito da DT Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom Jr.

## **Resultados/Discussão**

Foram selecionados para análise 131 trabalhos publicados na Divisão Temática (DT) Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Júnior, espaço integrado ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), do período de 2014-2019. Um dos fatores observados foi a quantidade de publicações ao longo dos anos.

**Tabela 1 - Volume de trabalhos por ano.**

Ano	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Quantidade	20	25	22	22	31	11	131

As Universidades com mais trabalhos enviados são, em ordem crescente: com três (3) pesquisas ambas Universidade Federal do Ceará e Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul; Universidade Federal de Santa Maria, Universidade Federal do Amazonas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade Tecnológica e Federal do Paraná empatam com cinco (5) pesquisas publicadas; Em seguida, a Universidade Federal do Pampa, com sete (7) pesquisas no DT; Universidade Federal de Goiás, Universidade do Estado da Bahia e Centro Universitário Ritter dos Reis lideram a lista com um empate de dez (10) pesquisas publicadas cada instituição.

Possuindo 97 trabalhos, o curso de Relações Públicas é responsável pela maior ocorrência da DT, seguido por Jornalismo com 17 trabalhos. Os cursos de Comunicação Organizacional e Comunicação Institucional possuem 4 trabalhos publicados cada. Por fim, Publicidade e Propaganda, Administração e Comunicação Social, estes com 2 trabalhos publicados, assim como Outros. Tecnologia em Comunicação possui 1 trabalho publicado.

Com base na análise e leitura dos trabalhos, segue abaixo figura contendo as palavras chaves mais utilizadas. Por maior número de repetições nos trabalhos, destacam-se: Comunicação Interna, Relações Públicas, Comunicação Organizacional, Imagem, Mídia, Crise, Discurso e Responsabilidade Social. Com base nesses dados prévios foi elaborada uma nuvem de palavras para uma melhor visualização das Palavras Chaves mais frequentes.



**Figura 1-** Nuvem de Palavras (Palavras-Chave) mais utilizadas nos trabalhos.

Quanto ao gênero dos alunos-pesquisadores do DT nota-se uma predominância do feminino. 159 alunas do gênero feminino fizeram parte da elaboração dos 131 trabalhos analisados em contrapartida a 44 pesquisadores do gênero masculino.

**Tabela 2 -** Trabalhos do DT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Jr por Gênero.

Gênero	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Feminino	22	40	33	19	36	9	159
Masculino	5	9	10	12	4	4	44
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>49</b>	<b>43</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>13</b>	<b>203</b>

Com base na tabela elaborada por Kunsch (2015), pode-se catalogar, no que diz respeito à metodologia dos trabalhos do DT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Jr: Pesquisa Empírica possuindo (22) trabalhos; Estudo de caso (44); Estudo Exploratório (39); Bibliográfico (17); Estudo Comparado (9).

**Tabela 3-** Trabalhos do DT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Jr por metodologia.

Metodologia	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Pesquisa Empírica	4	3	7	2	4	2	22
Estudo de Caso	10	8	5	7	11	3	44
Estudo Exploratório	3	11	7	7	7	4	39
Bibliográfico	2	3	1	4	6	1	17
Estudo Comparado	1	-	2	2	3	1	9
Não Indicada	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>131</b>

A seguir consta a tabela contendo as categorias temáticas definidas. Expondo uma tendência nas pesquisas dos últimos seis anos, a tabela auxilia em uma melhor noção do que vêm sendo produzido na área da Comunicação Organizacional e Relações Públicas por estudantes da graduação e recém graduados.

**Tabela 4-** Categorização Temática.

<b>Categoria Temática</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
Análise de perfis em redes sociais digitais	2	1	1	1	-	-	5
Marketing Esportivo	2	-	1	-	1	1	5
Redes Sociais como ferramenta de Comunicação Organizacional	-	1	2	2	1	1	7
Assessoria de Comunicação	1	2	2	-	-	-	5
Cultura Organizacional	-	2	2	1	6	-	11
Formação e Mercado de trabalho do Profissional de Relações Públicas	2	1	2	1	3	-	9
Análise de Discursos	1	1	2	-	3	1	8
Análise Teórica	1	-	2	3	-	-	6
Projetos, Planos e Planejamentos	-	1	3	1	1	1	7
Comunicação e Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Diversidade	2	3	-	5	3	3	16
Gerenciamento de Crise e Comunicação de Riscos	-	2	-	-	3	1	6
Imagem e Influência nas Redes Sociais	2	1	-	-	1	-	4
Comunicação Comunitária	1	1	1	-	-	1	4
Comunicação Institucional e suas Ferramentas	1	1	1	1	-	1	5
Comunicação Interna	2	5	-	1	2	1	11
Identidade e Imagem Organizacional	1	1	2	2	1	-	7
Outros	2	2	1	4	6	0	15
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>131</b>



A primeira categoria apresentada “Análise de perfis em redes sociais digitais” representa os trabalhos focados em debruçar análises mais profundas em perfis das redes online à luz da comunicação/relações públicas. Para exemplificar tem-se a pesquisa de Alves, Pinheiro (2015), que fazem uma análise da presença online do Judiciário Trabalhista Brasileiro no Facebook, Twitter e Youtube. De acordo com os pesquisadores, pode-se constatar erros e acertos na gestão dos perfis online estudados.

Com cinco pesquisas publicadas, a categoria de Marketing Esportivo é voltada a estudos de marca, imagem e estratégias comunicacionais, com o foco no universo dos esportes em geral, tanto times quanto atletas individuais, das mais diversas modalidades. Souza (2015), exemplifica essa categoria através de seu trabalho voltado ao Marketing Esportivo realizado pela campeã da Copa do Mundo 2014, Alemanha.

A divisão “Redes Sociais como Ferramenta de Comunicação Organizacional” reúne trabalhos onde se é implementado o uso de Redes Sociais com o intuito estratégico de aprimorar a Comunicação Organizacional. O trabalho de Gomes (2016) ilustra perfeitamente a categoria em questão ao apresentar o estudo de caso do Cemitério Jardim da Ressurreição, que utilizou das técnicas de Comunicação para alavancar sua Organização tanto digitalmente quanto nos meios tradicionais.

Entre os estudos a respeito de Assessorias de Comunicação destacam-se Fabrim (2014) e Travasso, Santos, Cardoso e Pacheco (2015). Ambos trabalhos discorrem a respeito da importância e função da Assessoria. Fabrim afirma: “Para gerenciar a comunicação entre os públicos de interesse de uma organização é que as Assessorias de Comunicação se apresentam como relevantes na busca de uma boa imagem institucional para o sucesso do negócio”.

A cultura organizacional é um tema recorrente no DT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional. As dificuldades e desafios da implementação de uma cultura, a presença dela, suas diferenças e particularidades são alguns dos tópicos relatados nas pesquisas. Ribeiro (2018), por exemplo, discorre a respeito da cultura de inovação em pequenas organizações. Por outro lado, Moura (2018) faz um paralelo a respeito da imagem e elementos da cultura do Walt Disney World.

Questões a respeito da Formação e atuação do profissional de Relações Públicas também são tratadas. O estudo de Nunes (2016), que tem como título “Internet e a Formação do Profissional de Relações Públicas no Estado de São Paulo” ilustra perfeitamente esta categoria. Nunes identifica como as Instituições de Ensino de Relações Públicas do Estado de

---

São Paulo estão lecionando assuntos relacionados a internet, cibercultura e gestão de mídias sociais em geral.

A categoria Análise do Discurso, possui artigos com objetivo de, segundo Santos, Alves e Lucas (2016) “analisar o “como” e o “por quê” o discurso foi produzido, observando os modos de dizer do enunciado: Por que foi dito desse jeito? E se fosse expresso de outra maneira?”. Os mesmos voltaram seus estudos a análise do discurso de Universidade Federal da Bahia (UNEB) com seu público interno.

Dando continuidade, tem-se a categoria voltada a pesquisas de foco prioritariamente teórico. Um exemplo das pesquisas que propõem uma Análise Teórica é a de Flores (2014), que aponta uma intertextualidade entre as teorias Max Weber e James E. Gruning. Outra pesquisa característica da categoria é a de Souza (2017), que faz uma reflexão teórica a respeito dos conceitos de relações públicas, comunicação interna e mapeamento de públicos.

O DT também apresenta pesquisas voltadas a criações e análises de Planos e Projetos em geral. Rosa, Pozzobon e Ganasini (2018), por exemplo, criaram uma proposta alternativa e atualizada ao Planejamento de Relações Públicas tradicional, contendo layout e linguagem acessíveis a todos. Ladeira, Souza e Santos (2017), por outro lado, fazem uma avaliação após dez anos de execução do Plano de Comunicação Empresarial da Itapu Binacional, apontando acertos e incoerências.

Com 16 pesquisas, a categoria de Comunicação e Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Diversidade é contida de pesquisas com foco social, voltado para minorias e pautas políticas no geral. Martins (2015) ilustra essa categoria ao estudar a possibilidade de acessibilidade de Storytellings através da adoção do uso de audiodescrição, legendas e tradução para LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais). Em contrapartida, Goulart e Teixeira (2017) refletem a respeito do desastre em Mariana e impactos gerais causados, expondo erros e a falta de responsabilidade por parte da organização Samarco Mineradora S.A.

Outra corrente temática é a de Gerenciamento de Crises e Comunicação de Riscos. Vale (2015) através da metodologia Estudo de Caso expõe os possíveis saldos positivos e negativos de uma gestão de crises realizada. Da mesma forma, Medeiros (2015) apresenta um paralelo entre erros e acertos do gerenciamento de crise do acidente operário ocorrido durante a reconstrução do estádio do clube de futebol Corinthians para a Copa do Mundo 2014. Barbosa (2018), e posteriormente Santos (2019), trazem uma reflexão a respeito da Comunicação de Riscos, seu papel e importância.

---

A pesquisa de Closs (2014) dá início a categoria Imagem e Influência nas Redes Sociais ao citar a influência das redes sociais na imagem organizacional. Weber (2014) dá continuidade na temática ao levantar uma reflexão a respeito do impacto nos comentários nos perfis de mídias digitais na reputação de uma instituição, comenta: “Em um cenário em que a informação é acessível de forma cada vez mais rápida e fácil, especialmente no ambiente online, organizações de todos os portes devem estar cada vez mais atentas às falas não autorizadas que circulam a seu respeito nesse meio”.

Na categoria Comunicação Comunitária tem-se pesquisas voltadas a um público específico, que muitas vezes é marginalizado. Lopes e Santos (2019) comentam: “O estudo da comunicação comunitária ocorre por uma necessidade, já que as pessoas, no senso comum, geralmente não consideram necessário a presença de um profissional de Comunicação para esse público alvo”. Ferreira (2014) realiza um estudo focado nos processos comunicacionais das comunidades quilombolas Areal da Baronesa e Família Fidelix.

O Rural em Minutos é um projeto de Comunicação Institucional apresentado no trabalho de Santos (2016) que, apesar de ainda em fase experimental, dá retornos positivos a toda comunidade que atinge. Já Falcão e Pereira (2017) estudam os processos de mensuração e avaliação de resultados da Comunicação Institucional de uma escola privada da rede de ensino amazonense, e constata que há melhorias a serem feitas no método adotado pela Instituição.

Referente à categoria de Comunicação Interna temos como destaque o trabalho de Silva (2015) que busca através de um estudo de caso fazer uma análise crítica dos processos comunicacionais internos do Senac Cachoeira do Sul. Por outro lado, Jacques e Teixeira (2018) e Camini (2015) apresentam os informativos internos Info CT (newsletter desenvolvida pelo NDI CT no ano de 2017) e Foca no Tele, respectivamente. Moura (2014) faz a análise da Comunicação Interna de um grande comando do Exército Brasileiro, que faz uso da ferramenta Intranet, e constata que o meio “funciona cumprindo seus objetivos e respeitando os seus princípios e valores”.

Oliveira (2017) representa com êxito a categoria Identidade e Imagem Organizacional ao pontuar que “a imagem percebida é um instrumento estratégico para as organizações, que, por meio das técnicas de Comunicação e Relações Públicas, podem emitir e reforçar seus valores para seus públicos”. Escobar (2015) propõe um estudo acerca da imagem e identidade do Reboças Supermercados na cidade de Mossoró, Rio Grande do Norte.

---

A categoria Outros reúne trabalhos que possuem particularidades específicas que os distinguem dos trabalhos contidos nas categorias existentes. Como exemplo temos o artigo de Souza (2018) que estuda as conexões entre os conceitos de Interculturalidade e Relações Públicas Internacionais. O trabalho de Selis (2018), por outro lado, apresenta um estudo da atuação da Magazine Luiza no meio digital e introduz o conceito inovador de “tecnologia sociável”, que segundo a autora define-se como “ferramentas e plataformas de comunicação que estabelecem o relacionamento com o usuário digital, permitindo uma aproximação ágil, e comunicação com expressões informais que caracterizam o diálogo humano, emitindo uma falsa empatia com a solicitação do usuário”. Destacam-se três pesquisas com o tema ouvidorias: Ouvidorias Ressignificadas de Soares e Neves (2016), Ouvidorias Públicas de Silva (2017) e Ouvidorias Virtuais de Moraes, Hunsche e Jungkenn (2017).

### **Considerações**

Este trabalho buscou mapear as tendências temáticas do DT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Intercom Jr. Após a análise minuciosa dos trabalhos foi realizado o mapeamento temático dos mesmos, distribuídos em quinze categorias. Além disso, foram coletadas informações como: as Instituições e Cursos com mais publicações no DT; Palavras-chave com mais incidências nos trabalhos, entre outros.

A etapa categorização das pesquisas, parte desafiadora deste estudo, entrega a diversidade dos trabalhos analisados que, em alguns casos, se encaixavam em duas ou mais categorias. O protagonismo de pesquisas voltadas a Responsabilidade Social, Sustentabilidade e demais pautas sociais apontam uma tendência entre os pesquisadores graduandos, coerente com a área a qual Relações Públicas e Comunicação Organizacional fazem parte: Ciências Sociais Aplicadas.

Os dados aqui apontados podem auxiliar futuros alunos-pesquisadores a terem noção do que é pesquisado ou não em Relações Públicas e Comunicação Organizacional durante a graduação. À vista disso, acredita-se que essa pesquisa poderá ser utilizada como alternativa a fim de compreender, estimular, analisar e questionar as tendências de produção científica na área em questão do Intercom Jr. O intuito não é delimitar os trabalhos, mas propor um caminho para melhor entendimento das tendências de pesquisa.

---

## Referências bibliográficas

- ARAUJO, Lucas Vieira De. **Inovação em Comunicação no Brasil: contexto, desafios e oportunidades**. Tese defendida no Programa de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR6028: **Resumos**. Rio de Janeiro, ABNT, 2003.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições, v. 70, 1995.
- CABESTRÉ, Sonia Aparecida; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Desenvolvimento e inovação no cotidiano do profissional de relações públicas**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, 2008.
- CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis; CARDOSO, Cláudio Guimarães. **Comunicação e inovação: correlações e dependências**. 2016.
- CABERLON, V. I. **Pesquisa e graduação na Furg: em busca de compreensões sob distintos horizontes**. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2003.
- CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. 2011.
- DAVILA, Tony; EPSTEIN, Marc J.; SHELTON, Robert. **As regras da inovação**. Bookman Editora, 2009.
- DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.
- DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- FERRARI, M.A. e FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2ª. ed., São Caetano do Sul, Difusão, 2009.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. **Análise de conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Brasília: Líber Livro, 2008.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES JR, Jonas. **Tendências Investigativas sobre o Twitter no Brasil**. Revista Temática Ano IX, n. 03 – 2013.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

KUNSCH, Margarida M, Krohling & Gobbi, María Cristina. **O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas**. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones". 2016.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Editora Summus, 2016.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **A produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil: análises, tendências e perspectivas**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, PósCom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 93-125, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **A produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas nos programas de pós-graduação no Brasil: identificação, temáticas e tendências**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2015, Rio de Janeiro.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 8.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (2008). **A pós-graduação em comunicação na USP: pioneirismo e contribuições na construção do campo no Brasil**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la comunicación, São Paulo, Alaic, a. V, n. 8-9, p.194-202, jan.-dez. 2008.

MARQUES, Ângela; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábria. **Comunicação organizacional: vertentes conceituais e metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017. Disponível em: <<https://www.seloppgcom.fafich.ufmg.br/index.php/seloppgcom/catalog/download/5/5/10-1?inline=1>>

MASETTO, Marcos. **Inovação na educação superior**. 2004.

MARQUES DE MELO, J. (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MEDITSCH, E. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir: a função social da universidade e os obstáculos para a sua realização**. Florianópolis: Insular. 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 4. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: HUCITEC/ ABRASCO, 1996.

MINAYO, M. a Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 20 ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2002.

MOURA, Cláudia Peixoto; Fossati, Nelson Costa. **Práticas acadêmicas em relações públicas: processos, pesquisas e aplicações**. – Porto Alegre: Sulina, 2011.

ROSSETTI, Regina. **Categorias de inovação para os estudos em Comunicação. Comunicação & Inovação**. 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Potenciais e desafios para a comunicação e inovação**. Comunicação & Inovação, 2007.

TRUJILLO FERRARI, Alonso. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

---

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos** / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi -  
2.ed.-Porto Alegre : Bookman, 2001.