

Maria José da Costa Oliveira

**Comunicação Organizacional e Comunicação Pública:
Interações, convergências e conflitos**

São Paulo, março de 2012

Maria José da Costa Oliveira

**Comunicação Organizacional e Comunicação Pública:
Interações, convergências e conflitos**

Projeto de pesquisa apresentado ao Programa de
Pós-Graduação Stricto-Sensu em Ciências da Comunicação
da Escola de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo como exigência
parcial para ingresso no Pós-Doutorado.

São Paulo, março de 2012

Sumário

1. Resumo.....	04
2. Justificativa.....	04
3. Problema de Pesquisa.....	04
3. Hipóteses.....	05
4. Objetivos	
4.1. Geral.....	06
4.2. Específicos.....	06
5. Referencial Teórico.....	07
7. Metodologia.....	13
8. Referências	16
9. Cronograma.....	20

1. Resumo

Este projeto busca analisar as interações, convergências e conflitos entre as noções e práticas de comunicação organizacional e pública no Brasil, tendo por base a pesquisa bibliográfica, visando os conceitos teóricos e métodos, e a pesquisa empírica, para avaliar suas aplicações, identificando as articulações e impactos entre tais conceitos.

Para tanto, a pesquisa inclui a análise sobre as formas de relacionamento entre as instituições públicas e organizações privadas e do terceiro setor e seus diversos grupos sociais com os quais elas precisam manter vínculos formais, bem como as interações comunicativas informais pelas redes sociais, provenientes dos avanços tecnológicos, o que tem contribuído para a transformação do perfil do cidadão, como um novo sujeito no processo, capaz de influenciar as políticas organizacionais e/ou públicas.

A premissa do estudo é que os variados recursos comunicativos e as transformações nos padrões de engajamento cívico dos cidadãos, estão exigindo que as estratégias e políticas de comunicação organizacionais, levem em conta as demandas das esferas públicas, na atualidade, segundo as revisões conceituais de Habermas (apud Marques, 2008).

2. Justificativa

A presente pesquisa se justifica no atual cenário social, político e econômico, considerando que as organizações privadas se inserem na esfera pública, sendo impactadas e gerando impacto nos demais elementos constituintes de tal esfera, sejam eles organizações governamentais, organizações da sociedade civil, grupos que defendem interesses diversos e mesmo indivíduos/sujeitos.

Nesse sentido, pode-se vislumbrar a importância da análise proposta, que identifique a essência das políticas de comunicação organizacional, levando pesquisadores e profissionais da área a uma reflexão sobre seu entrelaçamento com a comunicação pública.

3. Problema de Pesquisa

O estudo tratará de analisar as possíveis imbricações entre comunicação organizacional e comunicação pública, considerando as formas e limitações como são articulados esses conceitos na prática.

Assim, o problema de pesquisa central pode ser expresso na seguinte pergunta:

O cenário constituído por avanço no processo democrático, novas tecnologias e cidadania trouxe impacto efetivo nas políticas de comunicação organizacional, exigindo maior entrelaçamento com o conceito de comunicação pública, permitindo uma nova percepção na forma como as organizações concebem suas políticas de comunicação?

Além do problema de pesquisa central, uma questão específica também norteará o desenvolvimento desta pesquisa, conforme expresso abaixo:

- A comunicação organizacional, no contexto atual, demanda integração com a comunicação pública, de forma a estabelecer uma política de comunicação global, que entrelace o os interesses das organizações com os interesses da sociedade?

O objeto de pesquisa será constituído pelas políticas de comunicação organizacional, desenvolvidas por empresas que tenham tido seus projetos, cuja temática inclui responsabilidade social, reconhecidos em premiações recentes, procurando identificar a interface de políticas explicitadas no case com a comunicação pública.

4. Hipóteses/Questões de Pesquisa

Decorrente do problema de pesquisa, algumas hipóteses nortearão o desenvolvimento da investigação aqui proposta. São elas:

- Quando a Comunicação Organizacional integra a Comunicação Pública como conceito fundamental tende a gerar conflitos entre os interesses do mercado e do Estado.
- Numa sociedade democrática, quando a Comunicação Organizacional inclui a Comunicação Pública como conceito fundamental da esfera pública, tende ao reconhecimento dos stakeholders, profissionais da comunicação e da sociedade.
- Políticas de comunicação organizacional podem contribuir com a comunicação pública, na medida em que o que se desenvolve na esfera privada tem reflexo na esfera pública.
- As empresas que adotam políticas de comunicação organizacional integrada, que não se restringem aos resultados mercadológicos, são as que geram impacto positivo na esfera pública, pois têm visão mais estratégica e abrangente de seu compromisso com as questões de interesse público.

- Ações que estimulam a manifestação, o debate e a interação entre organizações e grupos sociais têm feito parte das políticas de comunicação de empresas, instituições sociais e organismos públicos, evidenciando o entrelaçamento entre comunicação organizacional e comunicação pública.

5. Objetivos

4.1 Geral

A pesquisa tem como objetivo geral analisar as imbricações entre público e privado, a partir dos entrelaçamentos e conflitos que se estabelecem entre comunicação pública e comunicação organizacional e as formas e limitações como são articulados esses conceitos na prática.

Analisar o impacto da Comunicação Pública como princípio orientador da Comunicação Organizacional.

4.2 Específicos

São objetivos específicos deste projeto de pesquisa:

- Verificar de que forma as políticas de comunicação organizacional integrada, que não se restringem aos resultados mercadológicos, geram impacto na esfera pública.
- Identificar se ações que estimulam a manifestação, o debate e a interação entre organizações e grupos sociais têm feito parte das políticas de comunicação de empresas, instituições sociais e organismos públicos, evidenciando o entrelaçamento entre comunicação organizacional e comunicação pública.
- Identificar as modalidades de articulação entre Comunicação Organizacional e Comunicação Pública
- Do ponto de vista teórico, evidenciar possíveis convergências e/ou conflitos entre os conceitos.
- Do ponto de vista empírico, analisar o mérito de ambos os conceitos na implementação da fusão nos resultados conquistados pelas organizações e que geraram reconhecimento por meio de prêmios.

6. Referencial Teórico

O referencial teórico para esta pesquisa será constituído, inicialmente, por autores que analisam e discutem questões sobre espaço público, esfera pública, democracia, participação e deliberação, bem como a influência dos meios de comunicação nesse processo, afinal, ao focalizar a interface entre comunicação organizacional e comunicação pública, tais questões se revelam como base para a abordagem a se realizar.

Nessa perspectiva, a contribuição de autores como Habermas (2003), Esteves (2003), Gomes (2008), Marques (2008) e Gugliano (2004) tornam-se fundamentais, pois trazem luz para entender questões e conseqüências das novas esferas públicas, que passaram a se constituir na nova sociedade, marcada por profundas mudanças de comportamento.

Habermas, uma das principais referências nos estudos sobre esfera pública, analisa que esta localiza-se entre o Estado e a sociedade, o que nos permite entender o inevitável impacto que a comunicação organizacional provoca na comunicação pública e vice-versa.

Ao enfatizar a função dos meios de comunicação, Habermas alerta para a importância destes agirem com independência, não sendo influenciados por poderes econômicos e políticos, o que asseguraria a pluralidade necessária a um regime democrático. Esta evidência será considerada na aplicação da pesquisa empírica aqui proposta.

Marques (2008) indica que para garantir que todos participem igualmente dos debates e discursos em contextos formais e informais é necessário que os atores sigam procedimentos que zelem pelas condições de igual participação e consideração de todos.

A partir desta afirmação, pretende-se verificar como essa igualdade de participação e consideração ocorre no âmbito organizacional e seu reflexo no espaço público.

A interação entre os atores sociais deve ser mediada pela accountability (prestação de contas), pela igualdade, pelo respeito mútuo e pela autonomia política, e, para isso, a comunicação se torna instrumento fundamental de circulação de informação entre a periferia e o centro (Marques, 2008).

Assim, também se utilizará desta referência para analisar como ocorre a circulação da informação entre organizações públicas e privadas.

Gugliano (2004), por sua vez, destaca a relação entre capitalismo e democracia, pois dessa simbiose surgem dúvidas sobre a capacidade de se gerar benefícios frente ao processo de deterioração física, cultural, social e ambiental do planeta, já que o

capitalismo privilegia a questão econômica, comprometendo a democracia no contexto de cidadania e direitos civis.

Gugliano sinaliza, então, a perspectiva de análise política qualitativa, estudada por diferentes autores, mostrando a trajetória de novas democracias, que caracterizam a terceira onda da democratização, justamente no contexto da cidadania e dos direitos civis.

Como se depreende do tema desta pesquisa, democracia é um dos aspectos centrais a ser discutido, utilizando, de um lado, autores que tratam de delimitá-la ao regime político, de outro, autores que defendem sua abrangência para a sociedade como um todo.

Lembramos, porém, que ao analisar democracia delimitada ao regime político, restringe-se a questão ao campo de dominação social, pois o Estado torna-se o elemento central de legitimação dos mecanismos de dominação social (organização coercitiva, segundo Tilly (1992, p. 20)), buscando, ao mesmo tempo, aceitação da validade legal das suas intervenções.

Nessa perspectiva, democracia fica restrita à esfera do Estado, não se estendendo ao mercado econômico e não se relacionando diretamente com a infra-estrutura da sociedade.

Essa restrição preserva organizações ligadas à produção, comercialização e transação de bens com valor monetário de aplicar as prerrogativas democráticas na sua forma de gestão ou planejamento estratégico de seus objetivos, permitindo o predomínio do lucro privado sobre os interesses de bem-estar da população.

Assim, o mercado econômico separado da gestão democrática acaba promovendo a cisão entre o público e o privado, com ausência de limites na busca da satisfação (econômica) individual. Por isso, testemunham-se, com frequência, atividades econômicas que fogem dos padrões éticos e morais das sociedades contemporâneas.

Todas essas considerações levam à necessidade de repensar a teoria da democracia, para, conforme propõe Boaventura de Souza Santos (2002), ampliar o cânone democrático. Dessa forma, Gugliano (2004) enfatiza a crítica discursiva da democracia, desenvolvida por Habermas e defende um modelo participativo de democracia, apresentando as transformações comunicativas dos procedimentos democráticos.

Habermas busca construir um modelo de interpretação social que resgata a centralidade da ação humana e o potencial que as estruturas comunicativas possuem para a superação das contradições da sociedade capitalista, sugerindo quatro formas de ação social que

sintetizam as diferentes possibilidades de intervenção social dos indivíduos: ação teológica, ação regulada por normas, ação dramatúrgica e ação comunicativa.

O destaque à ação comunicativa apresenta a centralização da teoria social habermasiana ao redor dos problemas do diálogo e do consenso, que coloca a linguagem elevada à condição de único instrumento pelo qual é possível edificar consensos envolvendo a totalidade dos atores sociais. Há, portanto, a tentativa de legitimar a construção de uma visão de mundo através da interação com outros indivíduos e a sociedade em geral.

Caracterizando a deliberação pública como o âmago do processo democrático, Habermas sugere uma divisão entre princípios liberais de democracia e princípios republicanos. O modelo liberal tem a proposta centrada na capacidade do Estado para mediar conflitos e administrar a sociedade do ponto de vista das necessidades do mercado econômico. Já o republicano, refere-se ao projeto de construir um sistema político global centrado na capacidade de articulação da sociedade civil.

Tais diferenças provocam a necessidade de formulação de um modelo alternativo, segundo Habermas, que incorpore elementos da teoria liberal e republicana, construindo-se novas formas de consenso fundamentadas numa teoria democrática discursiva.

Assim, do modelo liberal seriam incorporadas as características de estima à soberania do Estado e normatização constitucional das relações políticas. Do modelo republicano extrai-se a valorização da formação da opinião e da vontade pública e a ênfase à capacidade de autodeterminação dos cidadãos.

O modelo habermasiano de deliberação política procura encurtar distâncias entre o Estado e a sociedade civil e tenta aproximar os políticos profissionais e a atividade política em geral dos cidadãos.

Entretanto, o modelo habermasiano tem um impasse relacionado à ausência de uma transição entre os procedimentos democrático-comunicativos e os de efetiva gestão do Estado, que pode ser solucionado com projetos de co-gestão do Estado, envolvendo políticos profissionais e cidadãos.

As democracias participativas inserem processos anteriormente restritos aos círculos governamentais e parlamentar na vida cotidiana dos cidadãos, estruturando-se diferentes níveis de reuniões que envolvem moradores das diferentes cidades e regiões. Estimula-se, nesse modelo, o debate sobre espaço urbano, a participação nas determinações de obras públicas ou até a escolha de vizinhos para fazerem parte de fóruns de gestão.

Dessa forma, revoluciona-se a constituição do capital social, que é outro conceito-chave desta pesquisa.

Para que se avance nos sentidos da democracia, é necessário democratizar a esfera não-estatal (Santos, 2002), caracterizar um modelo que vai além do regime político, capaz de enfatizar mediações entre o local e o global, incorporando novas problemáticas que interferem na abordagem democrática.

Outra questão essencial para esse avanço é valorizar as condições societárias, tais como aspectos vinculados aos direitos humanos, capital social, violência, desemprego, entre outros.

Nesse interim, vale analisar a mobilização cidadã na atualidade, que não visa apenas a ruptura com o regime político, mas almeja ganhos para a coletividade, tais como a recuperação de espaços públicos, o aprimoramento de serviços sociais e a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Além disso, esta mobilização utiliza canais tradicionais e, em especial, tecnologias que facilitam a articulação em redes de ações sociais.

Esteves (2003) aborda a constituição histórica do espaço público e sua dificuldade em se tornar verdadeiramente democrático para a participação da sociedade civil. Destaca, também a centralidade da comunicação, em especial da mídia de massa, no processo de formatação de um espaço público, hoje fragmentado e diluído. Ao mesmo tempo o autor afirma que este espaço não teria extinguido toda a sua vitalidade.

A sociedade civil, conforme Esteves (2003) se reconfigurou ao longo da história, transformando a “sociedade burguesa” em forte núcleo social estruturado de associações voluntárias autônomas não só em relação ao Estado, mas também em relação à economia. Isso faz com que a força regeneradora que a sociedade civil pode incutir ao Espaço Público dependa da delimitação precisa das suas fronteiras com relação ao Estado e da promoção de uma “ação social responsável”.

Portanto, consolidada a abordagem sobre esfera pública e democracia, será momento de aprofundar questões relacionadas à participação social, cidadania e movimentos comunitários, referenciando autores que se dedicam ao tema, como é o caso de Canclini (1999), Matos (2009), Rocha e Goldschmidt (2010), Peruzzo (1999), Henriques (2002), Sherer-Warren (1999), Vieira (1999), Baldissera (2000), Duarte (2007).

Cidadania, participação social e movimentos comunitários integram-se como conceito e ação, já que a cidadania tem relação direta com a sociedade democrática, de participação na esfera pública, sendo capazes de implementar movimentos sociais,

relacionamentos entre os atores sociais e tendo como base respeito aos direitos humanos, participação nos negócios públicos, enfim, deveres e direitos, inclusive os ecológicos, de gênero, étnicos, liberdade de expressão; respeito à individualidade e às identidades específicas e justiça social.

Já destaquei em outros trabalhos (Oliveira, apud Bezzon, 2005, p.47) que a conquista da cidadania é um processo histórico, que surgiu na Grécia antiga, junto com a noção de cidadão, apesar de ter nascido com dimensão de exclusão e de manutenção da hierarquização social.

Desde então, o conceito sofreu grande transformação e se tornou mais complexo e inter-relacionado com democracia.

Conforme Scherer-Warren (1999) a ampliação dos direitos de cidadania relaciona-se, na atualidade, com os processos de democratização da sociedade, o que nos leva a entender que o processo de democratização também deve influenciar as políticas de comunicação organizacional, tendo em vista uma nova percepção dos indivíduos e grupos sociais na sociedade, conforme é a proposta deste projeto de pesquisa.

O conceito de capital social, que está intimamente ligado às redes sociais e de comunicação disponíveis para as interações dos agentes sociais (Matos apud Duarte, 2007, p. 54) merecerá destaque.

Matos lembra que “a rede social pode ser dimensionada pela confiança que os membros atribuem aos participantes e às conseqüências associadas a esse sentimento”. (Matos, apud Duarte, 2007, p. 55)

O conceito de comunicação pública, de acordo com autores como Matos (apud Duarte, 2007), Duarte (2007), Brandão (apud Duarte, 2007), Nobre (apud Marques e Matos, 2011), Jaramillo Lopez (apud Kunsch, 2011), Oliveira (2004), Haswani (apud Kunsch, 2011), Vidal (apud Kunsch, 2011), Hohlfeldt (apud Kunsch, 2011), Marques (2011), contribui para uma nova percepção de política de comunicação.

Para Duarte (2007, p. 59), comunicação pública centraliza o processo no cidadão. Tal conceito é confirmado por Matos (apud Duarte, 2007, p. 47), que também trata de evidenciar o conceito de comunicação pública “como espaço plural para a intervenção do cidadão no debate das questões de interesse público”.

Por outro lado, a comunicação também é fundamental na gestão estratégica das organizações, na formação, construção e consolidação de sua imagem, reputação, marca e no processo de administração da percepção e leitura do cenário social, contribuindo para a análise do ambiente interno e externo, dos planos de negócios da

organização, identificando problemas e oportunidades para a tomada de decisões compartilhadas e posicionamento das organizações.

Para aprofundar conceitos e aspectos da comunicação organizacional serão utilizados autores como Kunsch (2003, 2007, 2009), Torquato (2002), Farias (2011), Baldissera (apud Kunsch, 2009), Casali (apud Kunsch, 2009), Curvello (apud Kunsch, 2009), Scroferneker (apud Kunsch, 2009), Grunig, Ferrari e França (2009), Oliveira e Soares (2008) e Farias (2011). Uma abordagem mais crítica também será utilizada, de forma a refletir sobre o papel desempenhado pela comunicação organizacional sem que se considere seu impacto nas questões de interesse público, sendo Bueno (2005) uma das referências nessa análise.

Nos últimos anos tem sido registrado um substancial avanço nas pesquisas e publicações que vêm tratando tanto dos conceitos de comunicação organizacional como de comunicação pública. Pesquisadores e autores passaram a se dedicar aos temas, representando um avanço considerável nos estudos que cercam tais conceitos.

Todavia, esses conceitos vêm sendo construídos em linhas paralelas e tem sido restrita abordagem que demonstre as imbricações existentes entre comunicação organizacional e pública, parecendo que esses conceitos não se cruzam, pois um segue a trilha da esfera privada, enquanto o outro se relaciona com a esfera pública.

No atual cenário social, político e econômico não há como realizar a análise da comunicação organizacional de maneira isolada, sem levar em conta seu impacto e entrelaçamento que pode ser estabelecido com a esfera pública.

Conforme indica Kunsch (2009, p.75) sobre a comunicação organizacional

Hoje, pode-se dizer que os estudos são mais abrangentes e contemplam muitos assuntos em uma perspectiva mais ampla, como análise de discurso, tomada de decisão, poder, aprendizagem organizacional, tecnologia, liderança, identidade organizacional, globalização e organização, entre outros.

Reconhecimentos como o expresso por Kunsch sugerem que novos estudos passem a contribuir para ampliar as análises sobre o papel da comunicação na sociedade.

Interessante observar a evolução do conceito de comunicação organizacional que antes adotava como referência “o pensamento comunicacional norte-americano, (que) em uma perspectiva tradicional, tinha como foco perceber a comunicação organizacional mais no âmbito interno e nos processos informativos de gestão”. (Kunsch, 2009, p.75)

Numa retrospectiva histórica a autora também mostra como o conceito de comunicação organizacional tem evoluído, já que antes

“o foco estava na comunicação administrativa/interna e nos processos informativos de gestão; nas redes de comunicação; nos canais, nas mensagens, na cultura e no clima organizacional; na estrutura organizacional e nos fluxos, nas redes, etc; nos inputs e outputs das organizações”.

Entretanto, as diferentes abordagens passaram a revelar novas possibilidades. Kunsch (2009, p. 75) citando George Cheney e Lars Thøger Christensen (2001, p. 235) descreve que os autores chamam a atenção para a interdependência e inter-relação da comunicação interna com a externa.

Depreende-se, portanto, que é possível realizar análises que contribuam para avançar na relação entre o micro ambiente e o macro, entre o indivíduo e o cidadão, entre o individual e o coletivo, entre o privado e o público, e, finalmente, entre a comunicação organizacional e a comunicação pública.

Assim, o presente projeto traz a proposta de pesquisar o tema em questão, com base em referências teóricas e pesquisa empírica, que suscite o avanço de novas pesquisas, capazes de contribuir com a análise do papel da comunicação junto às organizações e à sociedade.

Habermas (1997, p. 30) sintetiza, na citação a seguir, a importância da participação, das articulações, das discussões em nome do interesse público, que indicam o papel que a comunicação exerce no processo.

“o fato de o cidadão ser também responsável pela co-gestão do Estado tem implicações que ultrapassam a esfera das relações políticas na medida em que fortalecem o tecido de articulações entre os próprios cidadãos e colocam na pauta de discussões questões que, mesmo sendo originárias da esfera privada, interferem no modo de vida da coletividade”.

Dessa forma, os conceitos e seus respectivos autores trazem efetiva contribuição para os objetivos que se espera alcançar com esta pesquisa.

7. Metodologia

Além de pesquisa bibliográfica, será utilizada pesquisa de campo que propiciará observar como as empresas têm elaborado e colocado em prática suas políticas de comunicação e quais as mudanças têm sido incorporadas, que revelem sua percepção em relação aos grupos sociais com os quais interagem.

A pesquisa junto às empresas enriquecerá significativamente o trabalho e aumentará sua contribuição para o delineamento de estudos similares.

O método utilizado para a pesquisa de campo será o qualitativo.

A pesquisa qualitativa apresenta características que correspondem às necessidades de nosso estudo, pois: envolve pequenas amostras, as quais não necessitam ser

representativas de grandes populações; utiliza uma variedade de técnicas de coleta de dados e não apenas o formato de perguntas e respostas previamente estruturadas; considera o correto entendimento e definição do problema e dos objetivos da pesquisa como parte dos dados a serem coletados, permitindo que isto se incorpore ao briefing, antes do início do trabalho de campo; torna acessível aos entrevistadores caminhos que lhes permitam expressarem a si próprios.

O objeto selecionado para tratamento empírico será composto por empresas reconhecidas no Guia Exame de Sustentabilidade, de 2012, bem como as premiadas nos concursos promovidos por entidades representativas da comunicação (Prêmio Opinião Pública do CONRERP e Concurso da ABERJE), no certame de 2012, em nível nacional, especificamente em categoria relacionada a responsabilidade social e/ou sustentabilidade, que sinalizam atuação pública por parte das empresas.

A técnica de amostragem utilizada será a não-probabilística, em função da representatividade das organizações selecionadas em seu segmento, sendo que o método de tratamento de dados será de cunho qualitativo.

A seleção se dará por meio do levantamento das empresas que tiverem seus cases de sustentabilidade publicados no Guia Exame de 2012, além das empresas premiadas no POP 2012, bem como na premiação da ABERJE, no mesmo período, dentro de categoria relacionada à responsabilidade social e/ou sustentabilidade. Tais informações estão disponibilizadas na publicação impressa e online do Guia Exame, nos sites das promotoras das premiações (Conrerp e ABERJE). Para a coleta de dados, será encaminhada entrevista com perguntas abertas para os profissionais responsáveis pelas políticas de comunicação das empresas selecionadas.

A amostra, nesse caso, será composta por profissionais responsáveis pela área de comunicação das organizações estudadas, aplicando-se entrevista durante o ano 1º semestre de 2013.

A escolha de uma amostra não-probabilística, com tratamento de dados de cunho qualitativo adequa-se ao tipo de pesquisa proposto, uma vez que só uma pesquisa qualitativa pode informar como as organizações estabelecem seus relacionamentos com os grupos sociais e de que maneira elas propiciam a valorização dos indivíduos e grupos como sujeitos e cidadãos, estabelecendo interface com a comunicação pública.

Acreditamos que o critério de seleção da amostra por julgamento é o mais apropriado para o nosso estudo, na medida em que os entrevistados foram selecionados a partir da competência que reúnem para opinar sobre o assunto em questão.

O levantamento e a coleta de dados serão realizados por meio de observação indireta, com entrevista, além de levantamento e análise de relatórios e materiais coletados junto aos entrevistados.

As técnicas de coleta de dados utilizadas serão a entrevista e o levantamento de dados secundários, sendo que a entrevista contará com roteiro adaptado para cada organização entrevistada, incluindo variáveis descritivas e explicativas.

O roteiro incluirá questionamentos sobre as ações de relacionamento e comunicação desenvolvidas, seus objetivos e a percepção sobre os benefícios que trazem para os grupos sociais, com reflexo no espaço público.

Os dados secundários serão obtidos por meio de levantamento bibliográfico, com consulta a materiais das áreas de comunicação, ciências políticas e ciências sociais.

A descrição dos dados será realizada a partir das informações coletadas na pesquisa de campo e consulta a dados secundários.

Conforme Lopes (2005) a análise descritiva é feita em dois passos:

1. Procedimentos técnicos de organização, crítica e classificação dos dados coletados. Dessa forma, será realizada a manipulação dos dados, procurando encontrar tendências na documentação obtida, assim como categorizando os dados para encontrar campos de sentido; identificando e selecionando fatos de significação para o tratamento analítico; conseguindo um conhecimento prévio das possibilidades da documentação em relação aos objetivos teóricos e práticos da investigação.

2. Procedimentos analíticos para construção do objeto empírico, obtido operacionalmente pelos métodos técnicos descritivos, que para a nossa pesquisa será utilizada principalmente a entrevista.

Todos os dados serão submetidos a análise interpretativa, sendo que as conclusões serão expostas apresentando um resumo das análises mais importantes, além de expor as limitações e as recomendações.

Em síntese, serão aplicadas entrevistas junto aos profissionais responsáveis pelas políticas de comunicação institucional de empresas que conquistaram reconhecimento no Guia Exame de Sustentabilidade, no prêmio Opinião Pública/Prêmio ABERJE de Comunicação Empresarial no ano de 2012, em categoria relacionada à responsabilidade social e/ou sustentabilidade.

Posteriormente, serão analisadas as entrevistas e material coletado, por meio de cruzamento que permitirá identificar se são as mesmas empresas reconhecidas na publicação e as premiadas nos dois certames. Além disso, todo levantamento de dados

será submetido a análise considerando se os indicadores Valores, Transparência e Governança do Instituto Ethos de Responsabilidade Social são contemplados nas ações desenvolvidas pelas empresas em questão, já que tais indicadores refletem políticas de comunicação com impacto no espaço público, considerando-se os resultados alcançados pela empresa com a mobilização das comunidades e públicos envolvidos para a prática de comportamentos e ações sustentáveis.

8. Referências

- BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo, /Ed. Unisinos, 2000.
- BEZZON, Lara Crivelaro (org.). Comunicação Política e Sociedade. Campinas, Alínea, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. “Le capital social: notes provisoires”. *Actes de la Recherche in Sciences Sociales*, n. 31, 1980, pp. 2-3.
- BRAGA, José Luis, LOPES Maria Immacolata Vassallo de, MARTINO Luiz Claudio (Orgs.). *Pesquisa empírica em comunicação*, São Paulo: Paulus, 2010.
- BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo, All Print Editora, 2005.
- CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 4ª. edição. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1999.
- _____. Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 1989.
- CAPRA, F. O Ponto de Mutação: A Ciência, a Sociedade e a Cultura Emergente. São Paulo: Cultrix, 1982.
- CARREIRA, João Carlos, FERREIRA Gil, SANTO, Paula do Espírito Santo (Orgs.) “Conceitos de Comunicação Política”. LabCom Books 2010.
- COELHO, S. C. T.. Terceiro Setor: Um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.
- DUARTE, Jorge. Comunicação Pública: Estado, Mercado Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2007.
- ESTEVES , João Pissarra. “Espaço Público político” (cap. 1) em Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo, Unisinos ,2003.

FARIAS, Luiz Alberto de (org.) *Relações Públicas Estratégicas: Técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo, Summus, 2011.

FISCHER, R. M. , NOVAES, E. M. (orgs.) *Construindo a Cidadania: ações e reflexões sobre empreendedorismo e gestão social*. São Paulo: Ceats: FIA, 2005.

FISCHER, Rosa Maria. *O Desafio da Colaboração: Práticas de Responsabilidade Social entre Empresas e Terceiro Setor*. São Paulo : Editora Gente, 2002.

FRANÇA, Fábio. *Públicos: Como identificá-los em uma nova visão estratégica*. São Caetano do Sul, Difusão Editora, 2004.

FUKUYAMA, F. *Confiança: As Virtudes Sociais e a Criação da Prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GOMES, Wilson, MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulos, 2008. .

GRUNIG, James E., FERRARI, Maria Aparecida, FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: Teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul – São Paulo, Ed. Difusão, 2009.

GRUNIG, James (org.) *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale: Erlbaum, 1992.

GUGLIANO, Alfredo Alejandro. *Democracia, participação e deliberação: Contribuições ao debate sobre possíveis transformações na esfera democrática*. Porto Alegre, Civitas, no. 2, Jul-Dez, 2004.

HABERMAS, Jurgen. *Direito e Democracia.: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, vol.II, 1997.

_____. *O papel da sociedade civil e da esfera pública política (VIII) em: Direito e Democracia entre facticidade e validade . livro II , Tempo brasileiro*, Rio de Janeiro, 2003.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). *Comunicação e Estratégias de Mobilização Social*. Belo Horizonte, Genesis, 2002.

JESUS, Eduardo e SALOMÃO, Mozahir (orgs.). *Interações Plurais – A Comunicação e o Contemporâneo*. São Paulo, Annablume, 2008.

KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). *Relações Públicas Comunitárias: A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo, Summus, 2007.

_____. Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, Editorial, 1997.

_____. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Edição Revista, Atualizada e Ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

_____(org.). Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. Vol. I. São Paulo, Saraiva, 2009.

_____(org.). Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas. Vol. II. São Paulo, Saraiva, 2009.

_____(org.). Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania. São Caetano do Sul, SP, Difusão Editora, 2011.

LAVALLE, Adrian Gurza. Vida Pública e Identidade Nacional. São Paulo, Globo, 2004.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira e COELHO, Cláudio Novaes Pinto (orgs.). Comunicação, Diálogos, Processos e Teorias. São Paulo, Ed. Plêiade, 2010.

LIPPMAN, Walter. Opinião Pública. Petrópolis, Vozes, 2008.

LOPES, Maria Imaculata Vassalo. Pesquisa em Comunicação. Formulação de um modelo metodológico. 8ª. Ed. São Paulo, Loyola, 2005.

MAFEI, Maristela e CECATO, Valdete. Comunicação Corporativa: Gestão, Imagem e Posicionamento. São Paulo, Ed. Contexto, 2011.

MAIA, Rousiley. Atores da sociedade civil e ação coletiva: relações com a comunicação de massa. Em Mídia, representação e democracia. Luiz Felipe Miguel e Flavia Biroli. São Paulo, Ed. Hucitec, 2010.

MAIA, Rousiley, GOMES, Wilson, MARQUES, Francisco (Orgs.). Internet e participação política no Brasil, Porto Alegre: Sulina, 2011.

MAIA, Rousiley. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo, *Logos*, n.27, 2007, p.43-62.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro (organização e tradução). A deliberação pública e suas dimensões sociais políticas e comunicativas: textos fundamentais, Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

MARQUES, Ângela, MATOS, Heloiza. Comunicação e Política : capital social, reconhecimento e deliberação pública. São Paulo, Summus, 2011.

MARQUES, Angela C. S. “Os meios de comunicação na esfera pública: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. Em Revista Líbero, Ano XI n. 21 , junho de 2008.

MARQUES, Angela Cristina Salgueiro. Comunicação, mídia e processos de democracia local: estratégias de aproximação entre governo e cidadão. In: Revista Opinião Pública volume 15 número 1 Campinas, junho de 2009 p.107-132.- (acessível em www.unicamp.br/cesop/revista).

MARQUES, Francisco. “Internet, canais de participação e efeitos políticos: um estudo do Portal da Câmara”- Revista Fronteiras, Estudos Midiáticos, vol. 12 N2-maio/agosto 2010.

_____. Muro baixo, o povo pula: iniciativas institucionais de participação digital e seus desafios fundamentais. Opinião Pública (UNICAMP. Impresso), v. 16, p. 117-142, 2010.

MATOS, Heloiza. Capital Social e Comunicação: interfaces e articulações, São Paulo: Summus editorial, 2009.

_____. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org) Comunicação Pública. Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo, Atlas, 2009, 2ªEd.

_____. Capital Social, internet e TV. Controvérsias. In: Revista Organicom. Ano 5. número 8, primeiro semestre p. 23-35. (acessível em www.eca.usp.br/organicom).

MENDEL, Toby . Públic service Bradcasting. A comparative legal survey. Unesco, 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga, WEBER, Maria Helene, FRANÇA, Vera e PAIVA, Raquel (orgs.). Estratégias e Culturas de Comunicação. Brasília, UnB, 2002.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e SOARES, Ana Thereza (orgs.) Interfaces e Tendências da Comunicação no Contexto das Organizações. São Caetano, Difusão, 2008.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). Comunicação Pública. Campinas: Alínea, 2004.

PEREIRA, L. C. B; GRAU, N. C. (orgs.). O público não-estatal na reforma do Estado. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

PERUZZO, Cicília M. K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ, Vozes, 1998.

PRIMO, Alex OLIVEIRA, Ana Cláudia, NASCIMENTO, Geraldo Carlos e RONSINI, Veneza M. (orgs.). Comunicação e interações Livro da Compós, Porto Alegre, Sulinas, 2008.

PUTMAN, Robert. Solo em la bolera: colapso y resurgimento de la comunidad norteamericana. Barcelona: Galaxia Guttemberg, 2002.

ROCHA, Thelma e GOLDSCHMIDT, Andrea (coords.). Gestão dos Stakeholders: Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre empresa e seus públicos de interesse. São Paulo, Saraiva, 2010.

SANTOS, Boaventura de Souza e AVRITZER, Leonardo. Para ampliar o cânone democrático. In: _____(Org.). Democratizar a Democracia. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2002

SHERER-WARREN, J. Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização. São Paulo, Hucitec, 1999.

SILVERINHA, Maria João. Esfera Pública. In: Correia, J. C; Ferreira, G.; Espírito Santo, P. (orgs.). Conceitos de Comunicação Política. Covilhã: LabcomBooks, 2010, p.33-42.

SROUR, R.H. Poder, Cultura e Ética nas Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TILLY, Charles. Coerción, capital y los Estados europeos. Madri, Alianza, 1992

THUROW, L. C. O Futuro do Capitalismo: Como as forças econômicas moldam o mundo de amanhã. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TORQUATO. Gaudêncio. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

VIEIRA, I. Cidadania e Globalização. 3ª. Ed. Rio de Janeiro, Record, 1999.

9. Cronograma

Esta pesquisa se desenvolverá em doze meses, sendo finalizada com a entrega de relatório ao Conselho Departamental.

A pesquisa será dividida em duas etapas. A primeira será constituída pela revisão bibliográfica, bem como pela elaboração das entrevistas junto aos profissionais das empresas reconhecidas no Guia Exame de Sustentabilidade e premiadas, nas categorias delimitadas, em certames ligados a associações de comunicadores, durante o ano de 2012. Tal etapa ocorrerá nos primeiros seis meses do cronograma.

A aplicação das entrevistas, bem como a análise, desenvolvimento de quadros comparativos, informacionais e relatório integrarão a segunda etapa, desenvolvida nos seis meses restantes do prazo definido.

Como o cronograma se refere a metade do tempo máximo permitido para o desenvolvimento de uma pesquisa de pós-doutorado, é importante esclarecer que, caso haja imprevistos decorrentes de dificuldade de acesso aos dados, o prazo poderá se estender, considerando uma possível ampliação.

Quanto à solicitação de financiamento da pesquisa junto aos órgãos de fomento, como CAPES, CNPq ou FAPESP, é importante declarar que, ainda que haja interesse de solicitação, tal fator não será determinante para a realização da pesquisa e sua conclusão, uma vez que a pesquisadora poderá utilizar seus próprios recursos.

Além do desenvolvimento da pesquisa em si, durante o período de sua realização a pesquisadora estará à disposição para participar dos grupos de pesquisa coordenados pela orientadora, participar de seminários, palestras e congressos internos e externos, possibilitando expor e discutir o desenvolvimento desta pesquisa no âmbito do Departamento CRP do PPGCom/USP.