

**VINTE ANOS DE INVESTIGAÇÃO EM PORTUGAL: ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA ÀS  
ATAS DO GT COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL DA SOPCOM**

TWENTY YEARS OF RESEARCH IN PORTUGAL: BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE  
PROCEEDINGS OF THE ORGANIZATIONAL AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION  
OF SOPCOM

Victor Theodoro<sup>1</sup>  
Camila Barths<sup>2</sup>  
Gisela Gonçalves<sup>3</sup>

**PALAVRAS-CHAVE**

análise bibliométrica,  
comunicação  
organizacional  
comunicação  
institucional,  
congressos.

**KEYWORDS**

*bibliometric analysis,  
organizational  
communication,  
institutional  
communication,  
congresses.*

---

**Resumo**

*Este artigo tem como principal objetivo analisar as actas do Grupo de Trabalho de Comunicação Organizacional e Institucional da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM) durante os dez congressos realizados em Portugal. Para isto, realizou-se uma análise bibliométrica com o intuito de identificar a quantidade de artigos publicados em comparação com os demais Grupos de Trabalho, os géneros, países/universidades dos pes-quisadores e também o perfil destas investigações (práticos/teóricos). Após a recolha e interpretação dos dados, conclui-se que há uma maior representatividade do género feminino e que o número de artigos publicados pelo GT estudado foi aumentando progressi-vamente ao longo do tempo.*

---

**Abstract**

*The main objective of this article is to analyze the proceedings of the Working Group of Organizational and Institutional Communication of the Portuguese Association of Communication Sciences (SOPCOM) during the 10 congresses held in Portugal. For this, a bibliometric analysis was carried out in order to identify the number of articles published in comparison to the other Working Groups, the genres, countries / universities of the researchers and also the profile of these investigations (practical / theoretical). After collecting and interpreting the data, it was concluded that there is a greater representation of the female gender and that the number of articles published by this WG increased progressively over time.*

---

<sup>1</sup> Universidade da Beira Interior e LABCOM.IFP Centro de Investigação em Comunicação, Filosofia e Humanidades, , Covilhã, Portugal. da UBI, Email: victortheodoro1@hotmail.com.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. Email: camilabarths@gmail.com.

<sup>3</sup> Departamento de Comunicação e Artes e LABCOM.IFP Centro de Investigação em Comunicação, Filosofia e Humanidades da Universidade da Beira Interior Portugal. Email: gisela.ubi@gmail.com.

## **Introdução**

Este trabalho tem como principal objetivo perceber qual a representatividade, em termos quantitativos, das publicações realizadas nas Atas dos Congressos da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), pelo Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação Organizacional e Institucional, no computo total dos 16 GT's desta associação, ao longo dos 10 congressos já realizados.

O congresso da SOPCOM tem como objetivo propiciar aos diversos investigadores, de nacionalidade portuguesa e de outros países, a discussão de suas pesquisas e investigações do campo das Ciências da Comunicação. Neste sentido, o evento proporciona debates, através da apresentação de trabalhos e da presença de grandes investigadores da área, um avanço nas diversas áreas de estudo.

Para isto, primeiramente, apresenta-se, brevemente, o conceito de comunicação organizacional, bem como as principais escolas de estudo que foram se constituindo com o passar dos anos. Após as breves considerações teóricas relacionadas a esse campo de estudo, em segunda instância, expõem-se o percurso metodológico e como foi realizada a pesquisa bibliométrica, assim como os resultados e interpretações dos dados.

As atas dos congressos foram alvo de uma análise bibliométrica dividida em dois momentos: primeiro, registrou-se o número total de publicação por GT's e por congresso para chegar ao universo da pesquisa; segundo, analisaram-se, separadamente por congresso, os artigos dentro do GT estudado (amostra) tendo em vista identificar os autores (género e representatividade), os centros de estudos/país e o objetivo do trabalho (teórico e/ou prático).

A partir da análise bibliométrica pode-se perceber as características do GT estudado durante os eventos realizados e quais foram as principais mudanças ocorridas na sua produção.

## **Comunicação Organizacional: Breves Perspectivas**

A comunicação é um fenômeno que está presente durante toda a história da sociedade. Após o início das pesquisas do campo da comunicação, durante o século XX surgem os primeiros estudos relacionados com a comunicação nas organizações. Estas investigações têm como objetivo principal analisar os fluxos e estruturas da comunicação existente entre empresa e os públicos.

Há diversas teorias do campo da comunicação organizacional. Inicialmente, a estrutura que moldava as ideias e pensamentos relacionados a esse campo de estudo eram

baseadas em um modelo de informação linear, no qual os indivíduos são vistos apenas como produtos de um meio (Shannon, 1948). A primeira grande escola foi a escola positivista da comunicação organizacional, que via a organização enquanto um espaço com fronteiras físicas e que a principal função da comunicação era manter a gerência no controle dos diversos públicos (Mourão, Miranda & Gonçalves, 2016).

Após a disseminação desta primeira escola de estudo, surge a teoria interpretativa da comunicação. Neste novo cenário, as empresas passam a ser vistas como ambientes plurais que estão em constantes modificações e estruturações. Assim, os sujeitos que estão ligados a esta instituição ganham destaque, pois percebe-se que esses indivíduos colaboram com a construção social. Deetz (2001) afirma que este ambiente é composto por relações e experiências que colaboram com o desenvolvimento deste contexto.

Neste mesmo período, surge o conceito de cultura organizacional. Weick (1979) aponta que as organizações não podem se constituir e crescer sem a presença da comunicação, isto é, as relações e interações sociais são processos que surgem a partir do sistema de comunicação organizacional.

Em consequência da necessidade de se discutir de forma mais profunda a comunicação nos ambientes organizacionais, os autores perceberam que essas estruturas das empresas são constituídas através da relação de poder. Mumby (2013) afirma que a escola crítica busca entender como as relações de poder são construídas no contexto organizacional e como elas influem na construção de um ambiente mais saudável e que busque se libertar das relações de exploração.

Há outras correntes teóricas de estudo da comunicação organizacional que foram surgindo após a escola crítica. Entretanto, este não é o foco desta investigação. Cabe salientar que a comunicação organizacional pode ser entendida como todos os processos comunicacionais que existem dentro e fora da organização.

Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. (...) Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade (Kunsch, 2003, p. 149).

Neste sentido, é importante ressaltar que a comunicação organizacional possui uma grande complexidade, pois inclui todos os processos, ferramentas e atividades comunicacionais no ambiente empresarial. Para que a comunicação organizacional tenha

êxito deve ser construída de forma estratégica, visando aproximar as relações e diminuir os ruídos entre a empresa e seus diversos públicos. Este conceito pode estar relacionado com as mais variadas áreas de estudo (como pode ser visto através dos resultados da pesquisa abaixo). Há investigações relacionadas com o público interno ou externo, social media, saúde, relações públicas, relações de poder, entre tantos outros temas que estão diretamente ou indiretamente relacionados ao tema deste campo de estudo.

Através dessas breves considerações é possível perceber que a comunicação organizacional é uma área de estudo recente, e que vem se desenvolvendo com o passar dos anos. Tendo em vista a sua complexidade é de extrema importância a discussão de novos caminhos que poderão ser pensados e articulados para a melhoria da comunicação e do contexto nos sistemas organizacionais.

### **O Congresso da Sopcom**

A Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), fundada a 6 de fevereiro de 1998, é uma associação que tem por objetivo desenvolver a investigação na área das Ciências da Comunicação em Portugal e que conta hoje com cerca de 600 associados.

A realização do congresso bianual e a publicação das atas do evento são momentos importantes desta associação. Ao longo dos anos foram organizados 9 congressos: o I SOPCOM, sob o tema “As Ciências da Comunicação na viragem do Século”, realizou-se em março de 1999, na Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa; o II SOPCOM, sob o tema “Rumos da Sociedade da Comunicação”, decorreu no mesmo local, em outubro de 2001; o III SOPCOM, sob o tema “Informação, Identidades e Cidadania”, realizou-se em abril de 2004, na Universidade da Beira Interior, na Covilhã; o IV SOPCOM, sob o tema “Repensar os *Media*: Novos Contextos da Comunicação e da Informação”, decorreu em outubro de 2005, na Universidade de Aveiro; o V SOPCOM, sob o tema “Comunicação e Cidadania”, realizou-se em setembro de 2007, na Universidade do Minho, em Braga; o VI SOPCOM decorreu na Universidade Lusófona, em Lisboa, em abril de 2009, sob o lema “Sociedade dos Media: Comunicação, Política e Tecnologia”; o VII SOPCOM foi organizado pela Universidade do Porto, em dezembro de 2011, em torno do tema “Meios Digitais e Indústrias Criativas: Os Efeitos e os Desafios da Globalização”; o VIII SOPCOM decorreu na Escola Superior de Comunicação Social, em Lisboa, em novembro de 2013 sob o tema “Comunicação Global, Cultura e Tecnologia”; o IX SOPCOM, co-organizado pela Universidade de Coimbra e pela Escola Superior de Educação de Coimbra, ocorreu em novembro de 2015, sob o tema “Comunicação e Transformações Sociais”.

Atualmente existem 16 GT's na SOPCOM e são eles: Cibercultura, Comunicação e Educação, Comunicação Organizacional e Institucional, Ciência da Informação, Comunicação e Política, Cultura Visual, Economia e Política da Comunicação, Estudos Televisivos, História da Comunicação, Rádio e Meios Sonoros, Seimótica, Retórica, Jornalismo e Sociedade, Publicidade, Gênero e Sexualidade e Estudos Fílmicos.

Segundo o site da SOPCOM para a formação de um novo Grupo de Trabalho há a necessidade de realizar uma proposta - com um número mínimo de 10 pesquisadores - para a Direção da associação para aprovação ou negação.

A associação possui um importante papel na disseminação das pesquisas realizadas pelos investigadores da área das Ciências da Comunicação, propiciando aos investigadores a produção e apresentação de artigos científicos para a expansão das áreas de estudo contempladas pelo congresso.

### **O Método de Pesquisa**

Esta investigação tem como objetivo principal perceber qual o fluxo de trabalhos apresentados nos congressos da SOPCOM, ao nível quantitativo, no GT de Comunicação Organizacional e Institucional, durante os 20 anos da associação. Para isto, optou-se pela utilização do método bibliométrico para a recolha dos dados com o intuito de alcançar o objetivo proposto.

O método bibliométrico, segundo Castillo e Carretón (2010, p. 293) possibilita "conhecer os âmbitos em que se desenrolam as temáticas de um campo científico, conhecer as tendências de investigação, identificar os grupos de investigação (investigadores) que estão trabalhando".

Em um primeiro momento realizou-se a recolha - numérica - dos artigos publicados no congresso - de todos os GT's - e depois, foi compilado todos os trabalhos que estavam presentes no GT de Comunicação Organizacional e Institucional.

Neste sentido, foi possível identificar as linhas de investigação, os autores (as) que estiveram presentes durante o evento (gêneros) bem como as nacionalidades de congressistas (país que o centro de investigação/universidade está presente), e perceber se o GT passou a ter mais representatividade durante os eventos.

Para a compilação dos dados, fez-se a leitura de todos os títulos, palavras-chave e resumos dos artigos presentes no GT - livro de artigos completos do congresso - e, em

determinados casos, realizou a leitura do artigo completo para indentificar o perfil da investigação (empírico/teórico).<sup>4</sup>

A seguir apresentam-se os dados recolhidos e suas respectivas interpretações.

### **Análise e Discussão dos Resultados**

É importante ressaltar que o GT Comunicação Organizacional e Institucional sofreu algumas modificações (em questões de nomenclatura) durante o decorrer dos eventos. Abaixo segue o quadro I com os respectivos nomes:

<b>Ano</b>	<b>Nomenclatura do GT</b>
1999	I SOPCOM - Comunicação Organizacional e Institucional
2001	II SOPCOM - Comunicação Organizacional e Institucional
2004	III SOPCOM - Comunicação e Organização
2005	IV SOPCOM – Comunicação nas Organizações e Relações Públicas
2007	V SOPCOM – Comunicação Organizacional
2011	VII SOPCOM – Comunicação Organizacional
2013	VIII SOPCOM – Relações Públicas e Comunicação Organizacional
2015	IX SOPCOM - Comunicação Organizacional e Institucional

**Quadro 1:** Nomenclatura do GT estudado

Como pode ser percebido, durante os anos do evento, este GT já incluiu também a área das relações públicas no IV e XIII SOPCOM por se tratar de um campo que está intrinsecamente ligado a Comunicação Organizacional e Institucional. Mesmo que o campo das RPs não estejam na nomenclatura do evento é normal encontrar artigos desta área no GT estudado.

	<b>Artigos</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
<b>Artigos publicados no congresso</b>	1359	100%
<b>Artigos no GT estudado</b>	114	8,4%

**Quadro 2:** Total de publicações

<sup>4</sup> Há trabalhos que não deixavam claro no resumo o método e pesquisa utilizadas para a investigação, tanto em textos teóricos como empíricos.

Após a aplicação do método chegou-se ao universo de 1359<sup>5</sup> publicações, das quais 114 pertencem ao GT Comunicação Organizacional e Institucional, totalizando 8% dos trabalhos publicados nas atas da SOPCOM ao longo de 20 anos. O grupo com maior número de publicações durante este período é o GT Jornalismo e Sociedade que totalizou 173 artigos (12,7%).

Evidencia-se que o número de artigos dentro do GT estudado foi aumentando com o passar dos anos como pode ser visto no quadro 3 abaixo:

<b>Congresso</b>	<b>Total de publicações</b>	<b>GT C.O e Inst. (%)</b>
I SOPCOM	123	6 (4,9%)
II SOPCOM	56	5 (8,9%)
III SOPCOM	262	15 (5,7%)
IV SOPCOM	176	15 (8,5%)
V SOPCOM	205	18 (8,8%)
<b>VII SOPCOM</b>	<b>210</b>	<b>20 (9,5%)</b>
<b>VIII SOPCOM</b>	<b>162</b>	<b>19 (11,7%)</b>
IX SOPCOM	165	16 (9,7%)
<b>Total</b>	<b>1359</b>	<b>114 (100%)</b>

**Quadro 3:** Publicações por congresso

Destaca-se o crescimento do número de artigos publicados, evidenciado após o terceiro evento. O VII SOPCOM é o evento que possui o maior número de publicações neste GT, dos 210 trabalhos ao total, 20 (9,5%) são do grupo estudado. E no congresso seguinte, o VIII, é o evento com maior representatividade numérica (em porcentagem) do GT Comunicação Organizacional e Institucional, na qual dos 162 artigos publicados, 19 (11,7%) estão situados dentro deste grupo.

Apenas o I e II SOPCOM possuem uma baixa aderência de trabalhos publicados nas atas do congresso. No primeiro apenas 6 artigos (4,9%) - um número baixo se analisarmos o todo desse primeiro ano (123) - e o segundo com 5 trabalhos (8,9%), mas que não pode ser considerado negativo pois foram publicados somente 56 trabalhos.

<sup>5</sup> Não consta o número de publicações do VI SOPCOM no universo da pesquisa. A ata não está disponível online e não foi possível encontrar a versão impressa.

<b>País</b>	<b>Publicações (%)</b>
<b>Portugal</b>	117 (77%)
<b>Brasil</b>	19 (12,5%)
<b>Espanha</b>	13 (8,5%)
<b>Alemanha</b>	2 (1,3%)
<b>França</b>	1 (0,7%)
<b>Total</b>	<b>152 (100%)</b>

**Quadro 4:** Publicações por país

Por se tratar de um evento da comunidade científica de pesquisadores em ciências da comunicação portuguesa, 77% dos trabalhos apresentados, 117 ao todo, pertencem a investigadores de universidades portuguesas. Os investigadores das universidades brasileiras ficaram em segundo lugar com 19 trabalhos (12,5%), as espanholas com 13 (8,5%), 2 trabalhos das universidades alemãs (1,3%) e 1 francesa (0,7%).

É importante ressaltar que esse número não representa o total de autores no GT, pois há diversos pesquisadores que publicaram mais de um trabalho, em autoria e co-autoria, no mesmo congresso e no mesmo GT. De realçar também que o número de publicação em actas poderá não coincidir com o número de apresentações efetivas no Congresso, pois a submissão do artigo completo não é obrigatório.

Abaixo apresentam-se as nacionalidades das universidades presentes em cada SOPCOM:

<b>Congresso</b>	<b>Nacionalidade universitária</b>
<b>I SOPCOM</b>	5 PT / 1 BR
<b>II SOPCOM</b>	5 PT
<b>III SOPCOM</b>	14 PT / 4 BR / 4 ESP
<b>IV SOPCOM</b>	15 PT / 3 BR / 2 ESP
<b>V SOPCOM</b>	19 PT / 3 BR / 4 ESP
<b>VII SOPCOM</b>	23 PT / 2 BR / 1 ALE
<b>VIII SOPCOM</b>	21 PT / 1 BR / 1 ESP / 1 ALE
<b>IX SOPCOM</b>	15 PT / 5 BR / 1 ESP / 1 FRA
<b>Total</b>	<b>117 PT / 19 BR / 13 ESP / 2 ALE / 1 FRA</b>

**Quadro 5:** Nacionalidade universitária por evento

Como pode ser percebido através do quadro acima, o IX SOPCOM foi o evento que mais teve participação de centros universitários brasileiros, assim como este foi o único evento que possuiu a participação de um investigador de um centro universitário francês. O

III e V SOPCOM foram os eventos que mais obtiveram participação de universidades espanholas. E o VIII com maior participação de pesquisadores (as) de universidades portuguesas. Estes dados justificam-se pelo facto de o III e V Congresso da Sopcom ter sido organizado em conjunto com o Congresso da IBERCOM – o evento da Associação Ibero-americana de Comunicação.

Abaixo elucidam-se os dados relacionados ao gênero dos autores do GT:

<b>Evento</b>	<b>Masculino</b>	<b>Feminino</b>	<b>Total</b>
I SOPCOM	6	1	<b>7</b>
II SOPCOM	2	3	<b>5</b>
III SOPCOM	9	11	<b>20</b>
IV SOPCOM	4	14	<b>18</b>
V SOPCOM	14	11	<b>25</b>
VII SOPCOM	7	18	<b>25</b>
VIII SOPCOM	11	16	<b>27</b>
IX SOPCOM	7	18	<b>25</b>
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>92</b>	<b>152</b>

**Quadro 6:** Género dos investigadores

Como pode ser percebido pelo quadro acima, com exceção do I e V SOPCOM, todos os outros congressos possuem uma maior representatividade do gênero feminino, com destaque no VII e IX com 18 artigos publicados por investigadoras da área. Ao total, há 60 artigos do gênero masculino (39,5%) e 92 do gênero feminino (60,5%), totalizando 152 trabalhos publicados durante a história do evento no GT Comunicação Organizacional e Institucional.

Destes trabalhos, também procurou identificar-se se trabalhavam uma perspectiva teórica ou uma vertente empírica (prática).

<b>Evento</b>	<b>Teórico</b>	<b>Empírico</b>	<b>Total</b>
I SOPCOM	5	1	6
II SOPCOM	5	0	5
III SOPCOM	11	4	15
IV SOPCOM	8	7	15
V SOPCOM	4	14	18
VII SOPCOM	4	16	20
VIII SOPCOM	9	10	19
IX SOPCOM	4	12	16
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>64</b>	<b>114</b>

**Quadro 7:** Viés da pesquisa

Através do quadro 7 é possível perceber que após os quatro primeiros eventos, há a produção de pesquisas mais voltadas para um perfil empírico. E apenas no VIII SOPCOM ainda há um equilíbrio no número de trabalhos práticos e teóricos, na qual 9 são teóricos e 10 são práticos. Em contrapartida, no V, VII e IX há uma grande diferença entre esses dois perfis de investigação.

O III SOPCOM é o evento com a maior diferença entre esses dois perfis com maior produção teórica (7 trabalhos a mais) e o VII com maior produção empírica (12 trabalhos a mais). Ao todo há 50 artigos teóricos (43,9%) e 64 empíricos (56,1%), em um total de 114 trabalhos publicados.

Durante os 10 eventos há diversas pesquisas nas mais variadas subáreas da Comunicação Organizacional e Institucional. A seguir apresentam-se exemplos de artigos publicados durante os congressos para demonstrar essas diferenciações.

No I SOPCOM, há, por exemplo, o trabalho intitulado “As manifestações carnavalescas como suporte da comunicação organizacional em Pernambuco (Brasil)”, de autoria de Filho (1999), de caráter teórico, discute sobre como o movimento carnavalesco no Brasil pode ser utilizado como estratégia de comunicação no ambiente organizacional. O artigo de Mendes (1999) “A teoria organizacional de Weick como estrutura teórica de produção do discurso organizacional”, com perfil teórico, apresenta o conceito de cultura organizacional para entender a formação do discurso organizacional.

No II SOPCOM, no artigo “O conceito de identidade organizacional: teoria, gestão e valor” (Ruão, 2001), de cunho teórico, a autora apresenta o conceito de identidade organizacional e suas principais perspectivas dentro da comunicação estratégica e organizacional para perceber como a mesma é constituída. Soares (2001), com o artigo teórico “A propósito de teorias da comunicação organizacional”, elucida sobre as principais correntes teóricas da comunicação organizacional que foram se constituindo no século XX e XXI.

No III SOPCOM, o artigo prático “Comunicação, Identidade e Imagem Corporativas: o caso da Caixa Econômica Federal, Brasil” (Leal & Targinino, 2004), discute sobre como a comunicação é trabalhada dentro da Caixa Econômica Federal do Brasil, e a partir da adoção dessas estratégias e ações de comunicação, a imagem e a identidade corporativa são produzidas e estruturadas.

Há também artigos que possuem outra perspectiva, como é o caso do trabalho teórico “Comunicación audiovisual corporativa: Un modelo de producción” (Rubio, 2004) que apresenta as principais ideias e modelos para a produção de vídeos

institucionais/corporativos para o desenvolvimento e apresentação de uma determinada empresa.

No IV evento, há artigos que envolvem a atividade das relações públicas – tendo em vista que o GT estudado passa a possuir essa atividade como referência – e também trabalhos relacionados ao marketing, como é o caso do “El Papel de la Comunicación en los Programas de Marketing Interno: El Caso Sanitas” (Hernández & Iglesias, 2004), de cunho prático, que apresenta as ações e ferramentas adotadas para o público interno na empresa de seguros médicos Sanitas (Espanha) para aproximar e criar um bem-estar dentro da instituição.

No mesmo evento, de autoria de Lisboa (2004), o artigo “Relações Públicas nas Organizações Benéficas: um caminho para o desenvolvimento” visa criar um planejamento estratégico de relações públicas como modelo padrão em organizações benéficas e para isso utiliza como base o planejamento criado e executado na Associação do Centro Comunitário do Dique – Universidade Aberta, localizada na maior favela da cidade de Santos (Brasil).

No V SOPCOM, em uma perspectiva de pesquisa no campo acadêmico, no artigo “As Relações Públicas em Portugal. Uma visão da profissão através do currículo do ensino superior” (Gonçalves, 2009) a autora realiza um estudo empírico com profissionais e docentes das relações públicas para identificar as principais fraquezas e forças no ensino da atividade na preparação dos futuros profissionais.

Há também trabalhos que discorrem sobre a importância dos profissionais de comunicação, especificamente as relações públicas, na sua atuação diante de uma crise. É o caso do artigo “Comunicando e gerindo crises. O envolvimento da Portugal Telecom no ‘Mensalão’” (Junior, 2007) que apresenta as ações adotadas pelos profissionais para gerir a crise da empresa Portugal Telecom em um escândalo de corrupção.

No artigo “Novas Fronteiras para as Relações Públicas: A Questão da Comunicação para a saúde” (Barros & Eiró-Gomes, 2011), presente no VII SOPCOM, as autoras discorrem sobre a importância da atividade das relações públicas nas instituições de saúde, com base em um estudo realizado na ACES Portugal. No artigo, como um dos principais resultados obtidos, é possível perceber que os profissionais das áreas da saúde, e que trabalham nestas instituições, sabem da importância dos profissionais de RP para a melhoria e crescimento institucional.

Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), no artigo “O Limite dos Meios Digitais na Eficácia das Relações Públicas” (Pereira, 2011) a

autora elucidada, através de sua pesquisa de doutoramento, sobre as barreiras e os limites da atuação das relações públicas na gestão da comunicação digital em diversas campanhas produzidas por estes profissionais.

“O papel do desporto na sociedade: uma oportunidade para as relações públicas?” (Neto, 2013) é um dos artigos que mais se diferenciam durante os anos do evento no GT estudado. Neste trabalho, o autor busca perceber se o desporto pode ser considerado uma mais-valia para a comunicação nas organizações como estratégia das relações públicas.

Assim como o artigo anterior, no VIII SOPCOM, também se destaca o artigo “A intranet como veículo dinamizador de comunicação interna e participação activa dos colaboradores nas organizações. Estudo de caso: a intranet da Danone” (Brandão & Duarte, 2013) que apresenta as principais ações e estratégias adotadas pelas relações públicas para aproximar o público interno com a alta gerência na empresa Danone.

No IX SOPCOM, o artigo “Organizações cidadãs: para além da responsabilidade social corporativa” (Santos & Eiró-Gomes, 2015) questiona as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) desenvolvidas pelas empresas privadas, que em grande parte, buscam apenas o retorno financeiro. Nesta investigação também é apontada a necessidade de aproximação e criação de novas parcerias entre os setores privados e as empresas de terceiro setor para uma melhoria do ambiente social.

Na investigação denominada “Comunicação organizacional, opinião pública e formadores de opinião na sociedade moderna” (Tuzzo & Temer, 2015) os autores discorrem sobre a formação da opinião pública nos mais variados setores empresariais em Portugal, através da pesquisa de campo realizada na Ogilvy, e nas assessorias de comunicação localizadas no Estado de Goiás. Buscam entender os fatores que fortalecem essa construção e quais as principais características dos formadores/líderes de opinião.

Assim, por meio da pesquisa bibliométrica, é possível perceber as principais características das produções académicas apresentadas nos congressos da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). Pode-se identificar o gênero dos pesquisadores, o país em que está situado o seu centro de estudo, o perfil da pesquisa (empírico/teórico), bem como a porcentagem numérica de produções no GT Comunicação Organizacional e Institucional em comparação as demais áreas de estudo.

### **Considerações Finais**

O campo de estudo da comunicação organizacional vem se desenvolvendo com o passar dos anos. Apesar de ser considerado um campo novo de estudo, é possível perceber

através da pesquisa bibliográfica um avanço considerável das investigações e teorias desenvolvidas a partir de novas pesquisas e investigações. Como pôde ser visto acima, há diversas teorias da comunicação organizacional e com isto, há as mais variadas formas de análise e colheita de dados para entender esse fenômeno.

Este estudo tem como principal objetivo perceber se há representatividade numérica do GT Comunicação Organizacional e Institucional nos congressos realizados pela SOPCOM em comparação com os demais grupos de trabalho. Por intermédio da técnica de pesquisa foi possível coletar dados que pudessem, de fato, cooperar com o cumprimento do objetivo proposto.

Além disto, também foi possível entender outros fatores que estão presentes neste GT da SOPCOM: quais os países foram representados por seus pesquisadores (as) durante os 20 anos do congresso, qual o gênero que possui mais representatividade (masculino ou feminino) e quais artigos são construídos com base teórica ou com um viés mais prático.

É possível perceber através dos dados acima que há uma maior representação do gênero feminino durante os congressos da SOPCOM, na qual 60,5% dos representantes são do gênero feminino – 92 pesquisadoras – e 39,5% do gênero masculino (60 investigadores). Também é possível afirmar que dos 114 trabalhos apresentados – este número representa 8,4% do universo de pesquisa - 50 artigos são teóricos (43,9%) e 64 empíricos (56,1%).

Cabe ressaltar que há uma maior representação de portugueses e poucos estrangeiros. Há um total de 152 pesquisadores (as) que submeteram o trabalho completo – universo de pesquisa – em que 117 (77%) são portugueses (as), 19 (12,5%) brasileiros (as), 13 (8,5%) espanhóis (las), 2 (1,3%) alemãs (nhas) e 1 francês. Claro que por se tratar de um evento idealizado e realizado por uma associação de investigadores das ciências da comunicação portugueses é impossível esse dado ser diferente.

Por isto, é importante a realização de pesquisas como está para entender como foi se constituindo um determinado grupo de pesquisa no maior evento da área em Portugal. Destaca-se o acréscimo de trabalhos submetidos e apresentados durante os anos no GT Comunicação Organizacional e Institucional e a presença das diversas áreas da comunicação, e outras áreas, nos trabalhos publicados.

## **Referências Bibliográficas**

Barros, C. & Eiró-Gomes, M. (2009). Novas fronteiras para as relações públicas: A questão da comunicação para a saúde. In: *VII SOPCOM: Sociedade dos Média: Comunicação, Política e Tecnologia*. Lisboa: Universidade Lusófona.

- Brandão, N. G. & Duarte, S. E. (2013). A intranet como veículo dinamizador de comunicação interna e participação activa dos colaboradores nas organizações. Estudo de caso: a intranet da Danone. In: *VIII SOPCOM: Comunicação global, cultura e tecnologia*. Lisboa: Universidade Lusófona.
- Castillo, A., Carretón, M. C. (2010). Investigación en comunicación. Estudio bibliométrico de las revistas de comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, XXIII (2), 289-327.
- Deetz, S. (2001). Conceptual foundations. In: F. M. Jablin & L. L. Putnam (Eds). *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research and methods* (pp. 3-46). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Filho, S. A. (1999). As manifestações carnavalescas como suporte da comunicação organizacional em Pernambuco (Brasil). In: *I SOPCOM: As ciências da comunicação na viragem do século*, Lisboa, Portugal.
- Gonçalves, G. (2007). As relações públicas em Portugal. Uma visão da profissão através do currículo do ensino superior. In: *V SOPCOM: Comunicação e Cidadania*, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Hernández, I. S. & Iglesias, C. B. (2005). El papel de la comunicación en los programas de marketing interno: El caso Sanitas. In: *IV SOPCOM: Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação*, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Junior, J. G. de O. A. (2001). Comunicando e gerindo crises. O envolvimento da Portugal Telecom no 'Mensalão'. In: *V SOPCOM: Comunicação e Cidadania*, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Kunsch, M. M. K. (2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus.
- Leal, A. R. B. R. & Targino, M. das G. (2004). Comunicação, identidade e imagem corporativas: o caso da Caixa Econômica Federal, Brasil. In: *III SOPCOM: Informação, Identidades e Cidadania*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Lisboa, W. T. (2004). Relações públicas nas organizações beneficentes: um caminho para o desenvolvimento. In: *IV SOPCOM: Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação*, Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Neto, C. (2013). O papel do desporto na sociedade: uma oportunidade para as relações públicas? In: *VIII SOPCOM: Comunicação global, cultura e tecnologia*, Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social.
- Mendes, A. M. (1991). A teoria organizacional de Weick como estrutura teórica de produção do discurso organizacional. In: *I SOPCOM: As Ciências da Comunicação na viragem do século*, Lisboa, Portugal.
- Mourão, R. M., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). O estado da arte da comunicação organizacional. *Estudos em Comunicação*, (23), 69-85.
- Mumby, D. K. (2013). *Organizational communication: A critical approach*. Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Pereira, M. & Eiró-Gomes, M. (2015). Organizações cidadãs: para além da responsabilidade social corporativa. In: *IX SOPCOM: Comunicação e as transformações sociais*, Coimbra: Escola Superior de Educação de Coimbra e Universidade de Coimbra, Portugal.
- Pereira, S. (2009). O limite dos meios digitais na eficácia das relações públicas. In: *VII SOPCOM: Meios digitais e indústrias criativas: os efeitos e os desafios da globalização*, Porto: Universidade do Porto, Portugal.

- Ruão, T. (2001). O conceito de identidade organizacional: teoria, gestão e valor. In: *II SOPCOM: Rumos da Sociedade da Comunicação*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Rubio, F. G. (2004). Comunicación audiovisual corporativa: Un modelo de producción. In: *III SOPCOM: Informação, Identidades e Cidadania*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Soares, J. V. (2001). A propósito de teorias da comunicação organizacional. In: *II SOPCOM: Rumos da Sociedade da Comunicação*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tuzzo, S. A. & Temer, A. C. R. P. (2015). Comunicação organizacional, opinião pública e formadores de opinião na sociedade moderna. In: *IX SOPCOM: Comunicação e as transformações sociais*, Escola Superior de Educação de Coimbra e Universidade de Coimbra, Portugal.
- Weick, K. E. (1979). *The social psychology of organizing*. New York: McGraw-Hill.