

NÚCLEO DE OPINIÃO UNESP: UMA PROPOSTA DE ARTICULAÇÃO ENTRE EXTENSÃO, ENSINO E PESQUISA

CENTER FOR OPINION UNESP: A PROPOSAL FOR LINKING EXTENSION, TEACHING AND RESEARCH

Roseane Andrelo¹
Célia Maria Retz Godoy dos Santos²
Maria Eugênia Porém³

1. Mestre em Comunicação e Doutora em Educação Escolar pela UNESP. Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Bauru. E-mail: roseane.andrelo@faac.unesp.br.

2. Mestre em Comunicação e Doutora em Sociologia pela UNESP. Docente do Departamento de Comunicação Social e Coordenadora do Curso de Relações Públicas e do Curso de Especialização “Estratégias competitivas; comunicação, inovação e liderança” da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. E-mail: celiaretz@faac.unesp.br

3. Mestre em Comunicação e Doutora em Educação Escolar pela UNESP. Professora do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. E-mail: meporem@faac.unesp.br.

Recebido em: 09/09/2013

Aceito em: 10/12/2013

ANDRELO, Roseane; SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos; PORÉM, Maria Eugênia. *Núcleo de opinião UNESP: uma proposta de articulação entre extensão, ensino e pesquisa*. Mimesis, Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-218, 2013.

RESUMO

O Núcleo de Opinião UNESP, vinculado ao Departamento de Comunicação Social da FAAC, UNESP, campus Bauru, é um projeto de integração entre a extensão, ensino, e pesquisa, especializado em pesquisas de opinião e de *marketing* utilizadas nas gestões administrativas e em processos de transformação social. Sua existência parte do pressuposto que a academia tem como missão contribuir para a formação de profissionais cidadãos capazes de aplicar conhecimentos de inteligência estratégica e desenvolver pesquisas qualitativas ou quantitativas. O ensino-aprendizagem utiliza atividades que se apoiam em pilares da educação construtivista: aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser. Já a extensão se dá não apenas no sentido imediatista e utilitário dos dados colhidos pelos levantamentos, mas incorpora à mentalidade dos executi-

vos a necessidade de se relacionar com seus públicos de interesse. As pesquisas ajudam as organizações a lidar com a complexidade de sua função negocial que a partir do universo em rede transcende os negócios. Se antigamente o público não tinha voz, hoje os interlocutores e públicos da organização impactam inclusive no discurso organizacional. Para dar conta de construir sentido para seus públicos a organização precisa gerar valor afetivo, social e cognitivo, além de suas operações de negócios. E, isso só é possível conhecendo – por meio das pesquisas – seus públicos de interesses. Assim, o objetivo deste artigo é discutir como o Núcleo evidencia a articulação possível entre a academia o mercado profissional e a pesquisas, discutindo a relação entre o pensar e o agir no contexto organizacional.

Palavras-chave: Opinião pública. Ensino. Extensão. Pesquisa. Relações públicas.

ABSTRACT

The Center for Opinion UNESP, linked to the Department of Social Communication of FAAC, UNESP, Bauru campus, is an integration project between extension, teaching, and research. It is specializing in surveys and for marketing and administrative management and in processes of social transformation. Its existence assumes that the academy's mission is to contribute to the training of professionals capable citizens able to apply knowledge of strategic intelligence and develop qualitative or quantitative research. The teaching-learning activities are based on constructivist education: learning to learn, learning to do, learning to live together and learning to be. In its turn extension occurs not only in the immediate sense and utilitarian of data collected by surveys, but incorporates to the mentality of managers the need to have a relationship with its stakeholders. Surveys help organizations to deal with the complexity of its negotiable function, which, in the universe network, transcends pure business. In fact, previously the public had no voice but today interlocutors and public impact on the organization including on the organizational discourse. To take account of sense to build your organization needs to generate public affective value, social and cognitive besides its business operations. The objective of this article is to discuss how the Center highlights the possible linkage between academia and the professional market research, discussing the relationship between thought and action in the organizational context.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

Keywords: Public Opinion. Education. Extension. Research. Public Relations.

INTRODUÇÃO

As mudanças constantes de comportamento e opiniões dos públicos são mais perceptíveis na sociedade globalizada, contudo desde 1980 os conceitos da Escola de Montreal - criados na escola que leva o mesmo nome, no Canadá, pelo professor James Renwick Taylor – têm evidenciado a necessidade de estudos sobre a comunicação nas organizações, a partir de uma análise interpretativa dos públicos, do cenário, dos discursos e das linguagens da comunicação.

Para Taylor (2000), a comunicação organizacional deve-se ater a como as pessoas se organizam por meio da comunicação. Dito de outro modo, ele e os estudiosos da teoria interpretativa propõem um novo olhar sobre a comunicação organizacional. Os aspectos objetivos da comunicação, que envolvem a dimensão instrumental do processo de comunicar, dão espaço para a dimensão humana. Nesta visão o contexto e o contato com e entre as pessoas é que organizam a comunicação naturalmente e, a partir desta, os atores sociais passam a interferir dialeticamente nas organizações, nos seus discursos, atitudes e comportamentos.

Por isso o ponto forte desta teoria é que a comunicação é vista como organizativa. É ela que redefine a partir da mudança de seus modelos comunicacionais toda a dinâmica organizacional: o discurso formal e informal; a desconstrução e reconstrução de significados entre os públicos de interesse; as instancias de realidade e as informações disponibilizadas; as regras, normas e a estética vigente; a capacitação e o processo negocial; as parcerias e alianças; os relacionamentos internos e externos; as mídias e os suportes entre o Estado e a sociedade; enfim toda a performance da organização em seu habitat.

Desta forma, não é a organização que rege a comunicação, mas esta última que organiza e redefine a estruturação da primeira. Portanto, a comunicação, nesta ótica, é um processo pelo qual as estruturas organizacionais são constituídas e reconstituídas já que pode tanto modelá-las como ser modelada por elas.

Nesta discussão, ao entender a comunicação como a peça chave das organizações, pesquisar a opinião de seus consumidores e públicos é certamente o modo mais eficaz para compreendê-las em seus papéis social, cultural e negocial junto à sociedade.

O Núcleo de Opinião UNESP da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação da Unesp é um núcleo acadêmico de ensino, pesquisa e extensão que desenvolve pesquisas de opinião aplicadas para a comunicação administrativa, mercadológica, institucional e social orientada nos princípios da ética, buscando aportes teórico-práticos nas atividades e políticas de comunicação de organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

Criado em 2002 com o intuito de pesquisar, gerar e disseminar conhecimentos a partir da pesquisa de opinião levando a percepção e as demandas dos públicos de interesse às organizações da região, o Núcleo tem trazido grande aprendizado em nossa trajetória não só sobre o ambiente organizacional, mas sobre a sistemática de coleta de dados e os procedimentos metodológicos dos levantamentos realizados.

Neste sentido o artigo trata das atividades do Núcleo Opinião UNESP em três dimensões: 1) na extensão relatando o processo de articulação entre a academia o mercado que se dá para além do uso imediatista e utilitário dos dados colhidos nos levantamentos, pois incorpora à mentalidade dos executivos a necessidade de se relacionar com seus públicos de interesse, ampliando o poder dos públicos e da comunicação na estrutura organizacional; 2) no ensino ao se estabelecer a importância de se trabalhar os aspectos cognitivos e comportamentais relacionados ao exercício dos alunos de Relações Públicas quando na aplicação dos conhecimentos teóricos as práticas exigidas nos levantamentos; 3) na pesquisa científica voltada ao estudo da comunicação e da opinião pública como uma interação necessária e reflexiva para o processo de mudanças de valores no mundo social, além da discussão sobre as metodologias aplicadas nos levantamentos, suas validades, terminologias e desempenhos para mensurar valores e comportamentos dos públicos.

O Processo de Articulação entre a Academia e o Mercado

No mundo contemporâneo, no qual os conhecimentos, as informações, as tecnologias e as técnicas se multiplicam e se deterioram numa velocidade crescente, a academia tem que estudar esta fragmentação e oferecer subsídios suficientes para compreender e atender as demandas mais urgentes da sociedade.

Não basta oferecer dados e suprir as necessidades imediatistas e bem-definidas do mercado: resultados das pesquisas de opiniões

ANDRELO, Roseane; SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos; PORÉM, Maria Eugênia. *Núcleo de opinião UNESP: uma proposta de articulação entre extensão, ensino e pesquisa*. Mimesis, Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

realizadas pelo Núcleo. É preciso fazer as interlocuções entre os vários públicos de campos distintos de saber e entre as diferentes práticas e conteúdos sobre os resultados dos levantamentos. Estes são quesitos imprescindíveis para uma ação eminentemente formadora.

O Núcleo Opinião UNESP ao socializar os resultados de levantamentos e pesquisas de opinião com a comunidade local promove oportunidades de responder às significativas mudanças que vêm ocorrendo no ambiente social, valorizando as demandas dos diferentes segmentos de públicos, no sentido de buscar a satisfação do bem comum. A divulgação dos percentuais, análises e recortes das pesquisas de opinião de cunho social, midiático, mercadológico e político a toda comunidade bauruense, oferece para a maioria das pessoas ou organizações que não tem acesso às informações relevantes para dar apoio às suas decisões ou para gerir os negócios de forma eficaz, devido o alto custo dos levantamentos feitos por agências e institutos privados.

A pesquisa de opinião deixa de ser uma ferramenta ou estratégia de comunicação utilizada somente pelos mais privilegiados economicamente, contribuindo para a democratização das informações especializadas. É inegável que vários setores do mercado, como organizações públicas e privadas, têm promovido uma mudança de atenção para com seus usuários de serviços ou clientes, passando do quase total desinteresse pela opinião de seus públicos ou pelos anseios dos cidadãos, por parte de seus gestores, para a implantação de estratégias formais sistematizadas para detectar as demandas dos seus públicos, tais como as pesquisas de opinião.

Os novos paradigmas e compromissos com a construção de uma sociedade igualitária e justa enfatizam a importância de se gerenciar de modo estratégico as políticas de relacionamento. E é desta forma que o Núcleo, ao perscrutar as opiniões dos públicos juntamente com alunos, professores e pesquisadores, promove condições para esta interação: num movimento de mão dupla conferindo substância à sua dimensão fundamental na área da comunicação, que é contribuir para o desenvolvimento do conjunto social.

Assim, se a essência das Relações Públicas está na sua necessidade de equilibrar o individual e o coletivo, ou seja, contrabalançar os interesses das organizações e seus parceiros (*stakeholders*) ou públicos de interesse, a partir das demandas e interesses comuns, não há como negar o valor estratégico da informação - via pesquisa de opinião - para se ganhar vantagens competitivas na gestão de conhecimento e na ampliação da qualidade de vida da comunidade.

Criar um espaço para divulgar, partilhar informações preservando as identidades da cada grupo oferecendo ao público em geral o acesso às tendências e comportamentos sobre temas relevantes da atualidade é um dos objetivos do Núcleo de Opinião UNESP, no sentido de dar suporte às organizações na captação de dados pré-existentes, consultas, pesquisas de opinião e viabilização de ações combinada de ensino, extensão e pesquisa.

Portanto, ao apresentar dados de pesquisas devidamente interpretados com uma discussão sobre a sua relevância, legitima sua função enquanto tecnologia infra estrutural e lhe assegura lugar na comunidade local e acadêmica. Seu esforço vai além da informação instantânea, de dados fragmentados, descontextualizados e tratados indistintamente, pois o desafio é mostrar o “valor” da opinião dos públicos na comunicação e no processo organizacional.

O Ensino como *Locus* de Interação entre a Teoria e a Prática Acadêmica

O cenário desenhado até aqui se articula com discussões sobre a educação em âmbito internacional, afinal, sobretudo a partir dos anos 1980, os processos educativos formais ganham cada vez mais atenção nas discussões sobre desenvolvimento econômico. “O conhecimento e a informação passam a constituir força produtiva direta, afetando o desenvolvimento econômico” (LIBÂNEO *et al*, 2003, p. 34).

Em nível mundial, organismos como a UNESCO e mesmo o Banco Mundial têm estabelecido metas para a educação. Um exemplo é o conceito de educação para todos, defendido desde a Conferência de Jomtien, realizada em 1990 na Tailândia, na qual foi estabelecido o compromisso mundial para garantir os conhecimentos básicos necessários a uma vida digna. Em decorrência, os países foram incentivados a elaborar planos decenais de educação para todos.

O Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre a Educação para o Século XXI, elaborado entre 1993 e 1996 e conhecido como Relatório Jacques Delors, enfatiza os quatro pilares da educação. Para poder dar resposta ao conjunto das suas missões, a educação deve organizar-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais que, ao longo de toda a vida, serão de algum modo para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: **aprender a conhecer**, isto é adquirir os instrumentos da compreensão; **aprender a fazer**, para poder agir sobre o meio envolvente; **aprender a viver juntos**,

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

a fim de participar e cooperar com os outros em todas as atividades humanas; finalmente **aprender a ser**, via essencial que integra as três precedentes (DELORS *et al*, 2001, p. 90).

Aprender a aprender significa não apenas a aquisição de conteúdos, mas também o “domínio dos próprios instrumentos do conhecimento”, para que cada um possa compreender melhor o mundo que o rodeia. Aprender a fazer está relacionado à formação profissional, mas não se limita ao ensino de determinada tarefa material. Leva em consideração como colocar em prática os conhecimentos e como adaptar a educação ao trabalho futuro, mesmo sem poder prever qual será sua evolução. Aprender a viver juntos pressupõe o conhecimento e o respeito à diversidade dos seres humanos. É descobrir o outro e, conseqüentemente, descobrir si mesmo. Aprender a ser segue o princípio do desenvolvimento total da pessoa – “espírito e corpo, inteligência, sensibilidade, sentido estético, responsabilidade social, espiritualidade.” (DELORS *et al*, 2001, p. 99).

Outro conceito, bastante difundido pela UNESCO, é a “educação ao longo de toda a vida”. “Hoje em dia, ninguém pode pensar adquirir, na juventude, uma bagagem inicial de conhecimentos que lhe baste para toda a vida, porque a evolução rápida do mundo exige uma atualização contínua dos saberes, mesmo que a educação inicial dos jovens tende a prolongar-se.” (DELORS *et al*, 2001, p. 103). Soma-se a isso fatos que aumentam o tempo disponível para outras atividades, como o prolongamento da vida após a aposentadoria. Desta forma, muda a noção da distinção entre educação inicial e permanente. Esta última não pode ser definida em relação a um período, como a educação de adultos em oposição à de jovens, ou de uma finalidade, como a formação profissional em detrimento da geral.

Nesse contexto internacional destaca-se também o conceito de competência como norteador do processo de ensino-aprendizagem. Na definição de Perrenoud (1999), trata-se de mobilizar, integrar ou utilizar recursos cognitivos para enfrentar um determinado tipo de situação. Assim, um profissional de Relações Públicas deve conhecer mais do que as teorias e técnicas de comunicação, ele deve relacionar seu conhecimento, usando raciocínio e intuição propriamente comunicacionais. Essa visão, contrária à pedagogia dos objetivos, mais tecnicista, que preponderou na década de 1980, permeia os parâmetros e as diretrizes curriculares brasileiros (THERRIEN; LOIOLA, 2001).

A abordagem pelas competências não se opõe à cultura geral, a não ser que esta última receba uma orientação enciclopédica. Ao reduzir-se a cultura geral a uma acumulação de conhecimentos, por

mais ricos e organizados que sejam, delega-se sua transferência e a construção de competências às formações profissionalizantes, com a exceção de certas competências disciplinares consideradas fundamentais. Essa não é a única concepção possível. A própria essência de uma cultura geral não será preparar os jovens para entender e transformar o mundo em que vivem? Por que a cultura iria tornar-se menos geral, se a formação não passasse apenas pela familiarização com as obras clássicas ou pela assimilação de conhecimentos científicos básicos, mas também pela construção de competências que permitem enfrentar com dignidade, com senso crítico, com inteligência, com autonomia e com respeito pelos outros as diversas situações da vida? Por que a cultura geral não prepararia para enfrentar os problemas da existência? (PERRENOUD, 1999, p. 35).

Embora o autor defenda a ideia de que as competências permitem enfrentar conjuntos de situações de caráter transversal, não se trata de renunciar ou dissolver as disciplinas, apostando em competências transversais. Primeiro, porque as competências mobilizam conhecimentos, muitos de ordem disciplinar. Segundo, porque considera a total transversalidade como “uma fantasia, o sonho de uma terra de ninguém, na qual a mente seria construída fora de qualquer conteúdo ou, antes, utilizando os conteúdos como meros campos de exercício mais ou menos fecundos de competências ‘transdisciplinares’.” (PERRENOUD, 1999, p. 40; 41).

Há situações em que o domínio busca seus recursos em uma única disciplina; outras em que precisará de várias disciplinas identificáveis e há, ainda, situações “cujo domínio não passa por nenhum conhecimento disciplinar – exceto a língua materna, que preexiste ao seu ensino – e depende, unicamente, de conhecimentos fundados na experiência ou na ação [...]” (PERRENOUD, 1999, p. 42; 43).

O conceito de competência tem como pressupostos a associação do aprendizado a uma ou mais práticas sociais, permitindo fazer sentido aos alunos; baseia-se na pedagogia diferenciada, na focalização sobre o aluno, nos métodos ativos; no trabalho regular por problemas; em um planejamento flexível, da parte do docente; em uma menor compartimentação disciplinar e em considerar os conhecimentos como recursos a ser mobilizados (PERRENOUD, 1999).

Esse sucinto resgate histórico foi utilizado para assegurar a perspectiva de que a área educacional é mais ampla que o sistema escolar e permeia as relações deste com toda a sociedade. “A educação, na tradição mais longínqua, tem uma função de sedimentar os conhecimentos e valores desenvolvidos na sociedade, e assegurar

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

sua manutenção no tempo, através de sua passagem às novas gerações.” (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 46). Porém, a relação entre sociedade e escola é marcada por “linhas de tensão”, que ficam ainda mais evidentes a partir do século XX, com as mudanças econômicas, políticas, tecnológicas e culturais.

Novas formas de sociedade fazem surgir novos problemas, estimulam novos agentes e novas percepções sobre o papel dos participantes da aventura educacional. As interações entre a escola e a sociedade – antes quase reduzidas ao ingresso do estudante e a sua devolução posterior à sociedade como pessoa qualificada – são intensificadas e cotidianizadas (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 46).

Esse cenário aponta para a necessidade de se criar práticas de ensino em consonância com a sociedade, de forma a permitir que os alunos coloquem os conhecimentos adquiridos em prol da resolução de problemas. Esse é um dos papéis do Núcleo de Opinião UNESP, ao realizar pesquisas voltadas a organizações com perfis diferenciados e, a partir dos resultados obtidos, traçar estratégias de comunicação. Dessa forma, associa o ensino às demandas da sociedade e cria um espaço para a construção de novos conhecimentos.

Isso significa que o ensino superior não pode prescindir do aprofundamento teórico, mas deve estruturar-se promovendo condições para ações práticas na formação de seus discentes. Ao focarmos nas funções do profissional de Relações Públicas e no papel do aluno deste Curso junto as atividades do Núcleo de Opinião UNESP estamos buscando ressaltar o desempenho investigativo e participativo proporcionados na efetivação das pesquisas e levantamentos, valores presentes nos principais modelos e iniciativas da comunicação integrada.

Ao analisar a atuação do discente, bolsista ou voluntário, junto ao Núcleo - cuja uma função social se constitui em ajudar a fomentar o capital intelectual disseminando um conjunto de informações, pesquisas de opiniões e análises úteis e atualizadas sobre os diferentes segmentos de públicos -, percebe-se que seu papel está relacionado tanto a processos - pesquisar, criar, disseminar, armazenar e atualizar como aos produtos – efetivando planos, projetos, programas, relatórios de pesquisas, vídeos e publicações.

O trabalho desenvolvido implica em uma ação multidisciplinar, na qual, o aluno de Relações Públicas como articulador do processo comunicacional, tem a possibilidade de contemplar não só a comunicação administrativa (processos, fluxos e meios), mas também a compreensão da cultura organizacional, do clima de opinião e do contexto em que a organização está inserida.

A intersecção das atividades didática pedagógicas do curso de Relações Públicas com as práticas desenvolvidas no Núcleo (pesquisas de opinião, diagnósticos, informações para dar suporte à decisões, resumos, análises comparativas, exceções e tendências) possibilita a construção de referências cognitivas e valorativas no estudante, o qual consegue identificar as características locais, os impactos econômicos, produtivos e culturais e as opiniões, atitudes e comportamentos que são o cerne das ações de Relações Públicas.

ANDRELO, Roseane; SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos; PORÉM, Maria Eugênia. *Núcleo de opinião UNESP: uma proposta de articulação entre extensão, ensino e pesquisa*. Mimesis, Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-218, 2013.

O Núcleo de Opinião UNESP e os Fundamentos Teóricos da Pesquisa em Comunicação

Para além das discussões sobre os processos e validades das metodologias da pesquisa de opinião, da construção de amostras e da natureza constante e efêmera da formação e das variações da opinião pública, é necessário se debruçar sobre a perspectiva da teorização dos estudos efetivados pelo Núcleo de Opinião UNESP.

Apoiando-se nas vertentes teórico-metodológicas do pragmatismo e do internacionalismo simbólico, as pesquisas de opinião realizadas neste espaço acadêmico inspiram discussões sobre diferentes abordagens e teorias metodológicas. A principal ideia da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada/construída - proposta inicialmente como método por Glaser e Strass em 1967 - é que dos dados empíricos emerge a teoria (GLASER, 2010). Em outras palavras, os fundamentos para a teorização se busca na práxis ou nos dados a partir de sua sistemática de comparação, observação, análise das similaridades e divergências, classificação etc.

Assim sendo, enquanto nas pesquisas científicas apresenta-se um problema que é confrontado com um referencial teórico e a partir deste elaboram-se as hipóteses investigativas para se testar no campo empírico, na Teoria Fundamentada e nas demais teorizações de modelos interacionistas, a observação do campo e a delimitação de hipóteses caminham juntas.

Apesar dos conflitos entre os próprios proponentes da Teoria Fundamentada que originaram outras vertentes como as denominadas “Glaseriana” e “Straussiana” as divergências, inclusive entre as demais teorias interacionistas, não estão no método em si, mas nos procedimentos de implantação (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012).

Nota-se então, que o campo empírico é a chave para insurgência das variáveis, conceitos e propriedades que vão fazer emergir,

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

como no caso das pesquisas de opinião executadas pelo Núcleo, o desenvolvimento da “sensibilidade teórica”. Vale ressaltar ainda que os estudiosos e os procedimentos baseados nas teorias interacionistas da pesquisa qualitativa, que apregoam que os dados “devem falar por si”, afixam que estes não são observados a partir de uma “tabula rasa” tendo em vista que os resultados dependem do referencial teórico do pesquisador, especialmente no processo de interpretação dos dados, os quais não são independentes dos conceitos e teorias com as quais ele teve contato.

Neste modo, embora haja uma grande flexibilidade no processo de coleta dados e nos métodos de análises e triangulação destes de forma a captar todas as idiosincrasias da denominada “opinião pública”, as pesquisas de opinião concretizadas no Núcleo de Opinião UNESP, em suas diferentes abordagens, tratam de um processo de realimentação constante entre o empírico e o teórico oferecendo pistas, não somente a respeito das questões analisadas no levantamento efetuado, mas, igualmente, auxiliando na reflexão sobre os aportes teóricos no campo da comunicação.

Demos um salto para uma comunicação de conexões, relacionamento, interação, compartilhamento, de negociação que exige integração, planejamento e estratégia das organizações, tudo relacionado ao DNA de Relações Públicas (DUARTE, 2009, 236).

Numa breve retrospectiva pode-se dizer que no Brasil, os primeiros estudos e iniciativas sobre pesquisa em comunicação foram promovidos pelo Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), na Universidade Católica de Pernambuco. Esta mesma instituição foi pioneira na introdução do ensino de métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. Depois desta iniciativa, outras instituições como a Universidade de Brasília; a Cásper Líbero e a Universidade de São Paulo; a Universidade Federal do Rio de Janeiro e a Pontifícia Universidade Católica passaram a desenvolver pesquisa em comunicação (MELO, 1998).

Importante destacar também que essas instituições foram fortemente impactadas e influenciadas pela ação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para América Latina (CIESPAL), organismo que possibilitou que a pesquisa em comunicação nos países latino-americanos se desenvolvesse deixando de se constituir por atividades ocasionais e eventuais (MELO, 1998).

Desde então, ao contrário do que ocorreu em muitos países a evolução da pesquisa em comunicação no Brasil não se deu de forma tradicional, a partir de imprensa escrita, mas sim por meio do rádio e

da televisão (MELO, 2010). Em função disso, muitas investigações se voltavam para a verificação da penetração dos veículos de comunicação junto à sociedade ou parte dela, “[...] permitindo determinar índices de circulação de jornais ou revistas, ou a audiência dos programas de rádio e televisão” (MELO, 1998, p. 19), conhecimento imprescindível para o mercado publicitário.

Várias aplicações e métodos foram e estão sendo debatidos respondendo a críticas sobre coleta de dados, interferência dos pesquisadores no processo, entre outros pleitos. Estas apreciações dos processos metodológicos vão além dos procedimentos de campo, codificação ou comparação dos dados e das análises, pois o mais relevante é discutir sobre quando se atinge o processo de saturação. Ou seja, quando temos dados suficientes para fazer com que a teoria emerja.

Assim, ao refletir sobre o atual estágio do campo da comunicação, uma área ainda em construção, as pesquisas e estudos desenvolvidos nas universidades, especialmente nos cursos de Comunicação Social, podem ser vistas como centro de diálogo e interseções sobre as problemáticas contemporâneas da comunicação: no qual se insere o Núcleo de Opinião UNSEP.

Neste cenário, o incentivo para o desenvolvimento de pesquisas nos cursos de graduação em Comunicação Social pode se somar ao debate crítico sobre os processos e fenômenos contemporâneos comunicacionais, amparados em teorias e metodologias que sustentam um estudo científico quantitativo e qualitativo, abrangente, mais crítico e relevante. No caso dos estudos científicos em comunicação desenvolvidos pelo Núcleo de Opinião UNSEP, eles têm seus aportes nas pesquisas de opinião, ou seja, se apropriam de um forte viés empírico e um expressivo foco nas análises de dados, propiciando o encontro da teoria social com os conceitos sobre a aplicação metodológica dos levantamentos e as discussões e interlocuções com os diferentes atores sociais.

Assim, ao considerar que em qualquer discussão sobre o campo da comunicação no Brasil deve ponderar a existência de um “[...] campo emergente como espaço em que inúmeras correntes, com definições discordantes do que seja a própria comunicação, bem como do que seja e deva ser o campo, estão em disputa” (PRADO, 2003, p. 133), certamente um dos principais debates contemporâneos nesta área focaliza-se sobre o lugar ocupado pela comunicação nas Ciências Sociais Aplicadas.

Neste sentido, os debates dividem posturas sobre a constituição da comunicação como campo de conhecimento, que basicamen-

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

te estão polarizadas em duas vertentes: uma que caminha no sentido de considerá-la como ciência e outra “[...] como um campo de interseção de vários saberes” (GOBBI, 2010, p. 19).

Esta polarização reforça uma condição intrínseca deste campo e seus estudos, especialmente no que se refere a sua relação com as Ciências Sociais e, em função disso, sua autonomia, legitimidade, fronteiras, interdisciplinaridade, etc. Esta condição sinaliza na atualidade uma revisitação das diversas tradições teórico-metodológicas, resultando na “multiplicação de propostas de reformulação teórica dos estudos da comunicação” que reflete “[...] uma insatisfação generalizada com o estado atual do campo e a urgência de repensar seus fundamentos e de reorientar o exercício de suas práticas” (LOPES, 2003, p. 283).

Vista sob este olhar, as atuais análises que estão convergindo para uma reorganização do campo comunicacional vêm revelar a complexidade e a multidimensionalidade dos fenômenos comunicativos frente ao mundo globalizado, multicultural e tecnológico (LOPES, 2003). É neste contexto que os campos científicos e acadêmicos da comunicação e da opinião pública - e conseqüentemente das Relações Públicas - se inserem e refletem o estado atual de complexidade e abrangência em que se encontra o campo comunicacional contemporâneo.

Por isso, Kunsch (2005) ao tratar sobre o tema, sinaliza que existe uma interface precípua entre os dois campos - Comunicação organizacional e Relações Públicas - uma vez que para compreender, estudar, explicar e aplicar os fundamentos teóricos das Relações Públicas é preciso conhecer a comunicação organizacional e as áreas afins.

Para a autora: Relações Públicas trabalham basicamente com organizações e públicos. E todo esse processo mediador só é possível acontecer com e por meio da Comunicação. E, nesse contexto, a Comunicação organizacional, campo acadêmico de estudos, dará subsídios teóricos para fundamentar a prática da atividade na administração dos relacionamentos entre organizações e públicos, além, é claro, do suporte de outras ciências (KUNSCH, 2005, p. 44-45).

Nesta mesma ótica, Reis e Costa (2007) afirmam que a comunicação e as organizações são teoricamente indissociáveis produzindo um campo de conhecimento, numa interface entre a comunicação e os estudos organizacionais. Conseqüentemente, estudar e pesquisar os processos comunicacionais, interativos e dialógicos das organizações, apoiados em estudos empíricos e nas teorias de

Relações Públicas torna-se relevante para uma melhor compreensão deste campo.

Portanto, em sua perspectiva conceitual, as Relações Públicas abrangem “o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização público” (SIMÕES, 1995, P. 42). Enquanto que na perspectiva prática, a atividade de Relações Públicas “[...] é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocado através do processo de Comunicação da organização com seus públicos” (ibidem).

A partir dos conceitos científico e prático das Relações Públicas apresentados por Simões (1995), é possível identificar pontos de interseção com a comunicação organizacional que devem ser levados em consideração ao se estudar e pesquisar sobre este campo científico. Sem dúvida um ponto de interseção é a estreita e umbilical relação entre a teoria e a prática profissional de Relações Públicas. Isso requer que se reconheça que assim como a comunicação organizacional, as Relações Públicas também se constituem como “[...] atividade profissional, que pelas leis de mercado, requer ação instrumental e resultados concretos e mensuráveis” (REIS; COSTA, 2007, p. 60).

Dessa forma, há uma necessidade de aproximar teoria e prática ao se desenvolver estudos e pesquisas de opinião pública especialmente na área de comunicação, já que o contato com este processo auxilia o pesquisador a desenvolver sua sensibilidade teórica, especialmente na comparação sistemática dos dados. Isso permitirá que pesquisadores e estudiosos criem uma simbiose entre os campos e entre a teoria e prática, possibilitando “[...] uma produção mais inovadora, com pesquisas empíricas e reflexões teóricas com mais rigor metodológico e científico” (KUNSCH, 2005, p. 58).

Algumas considerações

A breve apresentação dos enfoques trabalhados pelo Núcleo de Opinião UNESP permite descortinar uma possível convergência com o que vem sendo postulado por teóricos brasileiros na área de comunicação: a indissociabilidade entre o processo de comunicação, as organizações e o modo como se faz a interação entre os públicos interlocutores, pois seja a partir das redes, internet, pelo contato direto, pela ação dos indivíduos em conversação ou pelas práticas de pesquisas de opinião, é por meio do processo de comunicação que as organizações se constituem.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

O Núcleo tem se concretizado, cada vez mais, com seus projetos, pesquisas de opiniões desenvolvidas em parcerias com outras organizações, atividades de disseminação de dados e estudos metodológicos. Neste ano, excepcionalmente está se realizando um mapeamento da comunicação nas organizações micro da região de Bauru. Em várias ocasiões, encontros, semanas, fóruns pôde-se confirmar sua importância para a ampliação da reflexão sobre a opinião pública. Também a divulgação de seus estudos, por meio de artigos publicados numa obra anual, tem sido importante para concretizá-lo como espaço formal institucionalizado na academia, no qual se percebe pesquisa de opinião, ensino, estudos teóricos e extensão.

Um ponto forte desta experiência com o Núcleo Opinião UNESP é a oportunidade de desenvolver estudos aprofundados na área integrando a prática à teoria e proporcionando condições para os alunos de Relações Públicas vivenciarem a aplicação de pesquisas e as análises sobre elas. Afinal, o ensino ultrapassa as camadas técnicas e científicas atingindo os mais profundos e diferenciados sentidos filosóficos, sociais e políticos. Percebe-se em suas atividades que os processos de produção da ciência e de construção de cidadania são inseparáveis. E, ainda, na medida em que se amplia a participação dos alunos nas pesquisas e nas discussões do grupo de estudo “Opinião Pública e Comunicação”, vinculado a ele, este se consolida como autônomo e público na intrincada malha das relações sociais da universidade.

Referências

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação & Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.

CASALI, Adriana M.; TAYLOR, James R. Comunicação Organizacional: uma introdução à perspectiva da “Escola de Montreal. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. UNESP, São Paulo, v. 3, n 6, p. 28- 40, 2005.

DELORS, Jacques et al. **Educação: um tesouro a descobrir – relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI**. 6ª. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC; Unesco, 2001.

DUARTE, Jorge. Construção dos alicerces de um paradigma brasileiro de Relações Públicas. **Organicom**, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Paulo, v. 6, n. 10/11, p.234-137, 2009.

FRAGOSO, S., RECUERO, R. e AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GLASER, B. **The Grounded Theory Perspective I: conceptualization contrasted with description**. Sociology Press [12], 2001. Disponível em: <http://www.grounddtheory.com/index1.html>.

GOBBI, M.C. Panorama da produção de conhecimento em Comunicação no Brasil. In: CASTRO, D; MELO, J.M; CASTRO; C. **Panorama da Comunicação e Telecomunicações no Brasil** Brasília: Ipea, 2010, 3v.

KUNSCH, M.M.K. As interfaces dos campos acadêmicos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil. In. LOPES, M.I.V. et al. (orgs). **Pensamento Comunicacional Brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2005.

LIBÂNEO, J.C.; OLIVEIRA, J.F.; TOSCHI, M.S. **Educação escolar**: políticas, estrutura e organização. São Paulo: Cortez, 2003.

LOPES, M.I.V. (org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MELO, J.M. **Teoria da Comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. Falta uma pesquisa em Comunicação genuinamente brasileira: depoimento. [outubro/novembro de 2010]. São Paulo: **Desenvolvimento/IPEA**. Entrevista concedida a Bruno de Vizia. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/Entrevista/presi/rd63ent01.pdf>>.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos;
PORÉM, Maria Eugênia. *Núcleo de opinião UNESP: uma proposta de articulação entre extensão, ensino e pesquisa*. Mimesis, Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-218, 2013.

ANDRELO, Roseane;
SANTOS, Célia Maria Retz
Godoy dos; PORÉM, Maria
Eugênia. *Núcleo de opinião
UNESP: uma proposta de
articulação entre extensão,
ensino e pesquisa*. Mimesis,
Bauru, v. 34, n. 2, p. 201-
218, 2013.

PERRENOUD, Philippe. **Construir as Competências desde a Escola**. Tradução de Bruno Charles Magne. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PRADO, J.L.A. O campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. In: LOPES, M.I.V. (org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

REIS, M.C; COSTA, D. **A Zona de Interseção entre o Campo da Comunicação e o dos Estudos Organizacionais**. In. FERREIRA, J. Cenários, teorias e epistemologias da comunicação. Rio de Janeiro: E-papers, 2007. SIMÕES, R.P. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

TAYLOR, James R.; VANEVERY, E.J. **The emergent organization: communication as its site and surface**. Mahwah, N.J.:Lawrence Erlbaum associates. 2000, 351p.

