

atas
10 Congresso

SOPCOM

Ciências da Comunicação
Vinte Anos de Investigação em Portugal

atas
10 Congresso

SOPCCOM

Ciências da Comunicação

Vinte Anos de Investigação em Portugal

Título	Ciências da Comunicação Vinte Anos de Investigação em Portugal
Editores	Teresa Antas de Barros ; Sónia Ferreira ; Paula Lobo ; Salomé Morais ; Paula Rodrigues ; Filomena Sobral ; Luís Sousa
ISBN	978-989-99840-4-2 Viseu, 2019 © O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização da publicação de imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.
eBook	1048 páginas
Design	Paula Rodrigues
Paginação	Pedro Araújo
Edição	SOPCOM / Instituto Politécnico de Viseu

COMISSÃO CIENTÍFICA

Paulo Serra | **Presidente do Congresso**

Ana Catarina Pereira – Universidade da Beira Interior
Ana Lúcia Terra – Instituto Politécnico do Porto
Anabela Gradim – Universidade da Beira Interior
António Bento – Universidade da Beira Interior
Carlos Camponez - Universidade de Coimbra
Catarina Moura – Universidade da Beira Interior
César Neto – Instituto Politécnico de Lisboa
Elsa Costa e Silva – Universidade do Minho
Felisbela Lopes – Universidade do Minho
Filipa Subtil – Instituto Politécnico de Lisboa
Filomena Sobral – Instituto Politécnico de Viseu
Francisco Mesquita – Universidade Fernando Pessoa
Gisela Gonçalves – Universidade da Beira Interior
Helena Lima – Universidade do Porto
Helena Pires – Universidade do Minho
Jorge Martins Rosa – Universidade Nova de Lisboa
Jorge Pedro Sousa – Universidade Fernando Pessoa
José Gomes Pinto – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Luís Bonixe – Instituto Politécnico de Portalegre
Luís Nogueira – Universidade da Beira Interior
Luís Nuno Sousa – Instituto Politécnico de Viseu
Madalena Oliveira – Universidade do Minho
Manuel Cunha – Universidade Católica Portuguesa
Margarida Toscano – Rede de Bibliotecas Escolares
Maria da Luz Correia – Universidade dos Açores
Nuno Moutinho – Universidade do Porto
Óscar Mealha – Universidade de Aveiro
Patrícia Teixeira – Universidade Fernando Pessoa
Paula Espírito Santo – Universidade de Lisboa
Paula Lobo Ramalhão – Instituto Politécnico de Viseu
Pedro Coutinho Simões – Instituto Politécnico de Viseu
Pedro Jerónimo – Instituto Miguel Torga
Salomé Morais – Instituto Politécnico de Viseu
Teresa Ruão – Universidade do Minho
Vânia Baldi – Universidade de Aveiro

COMISSÃO ORGANIZADORA

Teresa Antas de Barros | **Coordenadora**

Ana Mafalda Portas Matias – Instituto Politécnico de Viseu
Belmiro Rego – Instituto Politécnico de Viseu
Catarina Rodrigues – Instituto Politécnico de Viseu
Cristina Azevedo Gomes – Instituto Politécnico de Viseu
Filipa Pereira – Instituto Politécnico de Viseu
Ivone Ferreira da Silva – Instituto Politécnico de Viseu
João Paulo Balula – Instituto Politécnico de Viseu
Luísa Paula Fernandes Augusto – Instituto Politécnico de Viseu
Madalena Oliveira – Universidade do Minho
Nuno Moutinho – Universidade do Porto
Paula Rodrigues – Instituto Politécnico de Viseu
Paulo Pinto da Silva – Instituto Politécnico de Viseu
Paulo Serra – Universidade da Beira Interior
Sónia Ferreira – Instituto Politécnico de Viseu
Teresa Gouveia – Instituto Politécnico de Viseu

ÍNDICE

PREFÁCIO 1

G.T. 1 - CIBERCULTURA **7**

BRUNO VIANA, JOÃO FAUSTINO E PAULO COSTA

AS REPRESENTAÇÕES DO BRASIL NOS MEDIA ONLINE PORTUGUESES: UM PROJETO DE INVESTIGAÇÃO DE DOUTORAMENTO 8

BRENO SCAFURA

A MONETIZAÇÃO DO CULTO: UMA REFLEXÃO SOBRE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DAS COMUNIDADES DE FÃS NOS MEDIAS DIGITAIS E SUAS INTERFACES COM A ECONOMIA CRIATIVA 21

RICARDO SOUZA E JOSILÉIA KIELING

O @MOR MIDIATIZADO: UMA ANÁLISE SOBRE A FORMA COMO AS PESQUISAS APREENDEM A MIDIATIZAÇÃO DOS RELACIONAMENTOS AMOROSOS..... 38

MARIA CENTENO E HELENA PINA

AS PLATAFORMAS MUSEOLÓGICAS DIGITAIS E A CULTURA DE PARTICIPAÇÃO..... 52

G.T. 2 - CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO **65**

FERNANDA RIBEIRO E ARMANDO SILVA

A INFOCOMUNICAÇÃO COMO PROJETO COMUM DE DIÁLOGO E PRÁTICA..... 66

RAIMUNDA RIBEIRO, LÍDIA OLIVERIA E CASSIA FURTADO

FERRAMENTAS INFOCOMUNICACIONAIS EM AMBIENTES DE ENSINO E INVESTIGAÇÃO NA ÁREA DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO NO BRASIL..... 77

ISABEL DINIZ, ANA ALMEIDA E CASSIA FURTADO

ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL: DESAFIOS E OPORTUNIDADES DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS E PORTUGUEAS..... 95

ANA TERRA

A GESTÃO DA INFORMAÇÃO PESSOAL E AS COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS 113

PEDRO AMADO E RITA ALBUQUERQUE

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE UM PROTÓTIPO DE BAIXO CUSTO DE AVALIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DE LEITURA 124

RITA MAIA	
UM MUSEU DIGITAL COMUNITÁRIO COMO UMA ESTRATÉGIA DE AMPLIAÇÃO DE TERRITÓRIO SIMBÓLICO NO CIBERESPAÇO PELO POVO NEGRO DO ILÉ AIYÉ.....	133
JULIANA LOBO E MARIA ANTUNES	
A PLATAFORMA DIGITAL COLABORATIVA COMO REPOSITÓRIO DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL: O CASO DO FESTIVAL <i>GUARNICÊ</i> DE CINEMA	141
G.T. 3 - COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO	157
CRISTINA PONTE, JOSÉ SIMÕES, TERESA CASTRO E SUSANA BATISTA	
MEDIAÇÕES PARENTAIS NO USO DE MEIOS DIGITAIS POR CRIANÇAS DE 3-8 ANOS....	158
ANA OLIVEIRA	
HÁBITOS DE CONSUMO MEDIÁTICO E NOVOS LÍDERES DE OPINIÃO – AS REDES SOCIAIS E A REDEFINIÇÃO DE PAPÉIS	169
G.T. 4 - COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	188
ANNA COUTINHO	
O CARTAZ É UMA ARMA! UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CARTAZÍSTICA DO MRPP, ENTRE 1974 E 1976.....	189
ANELISA MARADEI	
COMUNICAÇÃO NO TWITTER EM MOMENTOS DE PROTESTO: DELIBERAÇÃO EFETIVA OU DEBATES DISPERSOS?	205
SARA CALADO	
A COBERTURA DA CAMPANHA ELEITORAL PARA AS PRESIDENCIAIS 2016 NO TELEJORNAL DA RTP1	221
FELIPE SOARES	
INFLUENCIADORES NA CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES E OPINIÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISE DE DUAS REDES DO TWITTER	239
G.T. 5 - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL	252
VICTOR THEODORO, CAMILA BARTHS E GISELA GONÇALVES	
VINTE ANOS DE INVESTIGAÇÃO EM PORTUGAL: ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA ÀS ATAS DO GT COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL DA SOPCOM	253

MAFALDA EIRÓ-GOMES, ANA RAPOSO E CÉSAR NETO SETE ANOS DE INVESTIGAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS - PERCURSOS DO PRIMEIRO MESTRADO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM PORTUGAL.....	268
ANABELA MATEUS O CONHECIMENTO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E EM RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL E EM PORTUGAL: DISTINTAS REALIDADES.....	284
ANA MARCELO E ANA DÍAZ <i>ON-LINE BRANDING</i> : ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE DESIGNERS DE MODA PORTUGUESES.....	304
ANGÉLICA DIAS E ANA MELO AS MARCAS SEM FINS LUCRATIVOS COMO INSTRUMENTOS IMPULSIONADORES DAS ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS.....	321
CAMILA BARTHS, VICTOR THEODORO E GISELA GONÇALVES PROCESSO COMUNICACIONAL EM INSTITUIÇÕES DE SAÚDE: REFLEXÕES SOBRE AS RELAÇÕES DE PODER	336
VANESSA SOUZA IDENTIDADES PLURAIS, VISÃO SINGULAR. A GESTÃO DA COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL EM EQUIPES DE PROJETOS VIRTUAIS.....	346
DANIELA FONSECA E JOSÉ MATOS A COMUNICAÇÃO INTERNA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: O CASO DA UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO – UTAD	355
ROMARA SOARES GESTÃO DE UMA ‘PARACRISE’ - ESTUDO DE CASO DA COMUNICAÇÃO DA CATUABA SELVAGEM.....	374
MARLENE LOUREIRO E JOÃO PEDRO BAPTISTA A COMUNICAÇÃO INTERNA NA GESTÃO ESTRATÉGICA DA MOTIVAÇÃO DOS TRABALHADORES.....	391
G.T. 6 - CULTURA VISUAL	409
MELISSA DOS SANTOS E RITA SILVA MUSEU VIRTUAL DOS GRAFFITI FEITOS POR MULHERES EM SALVADOR.....	410
CIBELE MENDES E MILENA MATOS CULTURA VISUAL EM LISBOA - A CANTARIA DE LIOZ NO CEMITÉRIO DOS PRAZERES	422

G.T. 7 - ECONOMIA E POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO 435

JAIRO COELHO

OS PROVEDORES DA RTP E SEUS DISCURSOS: ONZE ANOS DE PRODUÇÃO
MEDIÁTICA E ADMINISTRATIVA 436

FERNANDO PAULINO E VIVIANE BROCHARDT

DIREITO À INFORMAÇÃO SOBRE AGROTÓXICOS E O PARA 2015 454

G.T. 8 - ESTUDOS FÍLMICOS 470

MARTA ALVES

A DIGITALIZAÇÃO DO CINEMA E A EMERGÊNCIA DO CINEMA PRO-AM..... 471

INÊS COELHO

AUTHOR, WHERE ART THOU? 487

ANA PEREIRA

CINEMA DE MULHERES: BREVES PROPOSTAS DE ANÁLISE FÍLMICA 501

ANNA SALUSTIANO

O CANDOMBLÉ NAS LENTES DO FILME BARRAVENTO, DE GLAUBER ROCHA (1962) 515

HELENA SANTANA E MARIA SANTANA

O APÓSTOLO DE FERNANDO CORTIZO: COMO A MÚSICA SE EXPRESSA IMAGEM 524

G.T. 9 - ESTUDOS TELEVISIVOS 537

CARLOS CANELAS, JORGE ABREU E JACINTO GODINHO

AS CONSEQUÊNCIAS DE OS JORNALISTAS DA SIC EDITAREM EM VÍDEO
CONTEÚDOS INFORMATIVOS 538

VANDA FERREIRA E MARIA TABORDA

HIBRIDIZAÇÃO E TABLOIDIZAÇÃO DOS TELEJORNALIS: ANÁLISE SISTEMÁTICA DOS
TELEJORNALIS DE HORÁRIO NOBRE PELO REGULADOR DE MÉDIA (2008-2016) 549

G.T. 10 - GÊNERO E SEXUALIDADES 564

MANUELA RIBEIRO E CIBELE MENDES

GÊNERO, ESPETÁCULO E COMUNICAÇÃO: ENTRE O CABOCLO E A CABOCLA DO
DOIS DE JULHO 565

VERA MARTINS E ROSANE ROSA

AS MULHERES (RE)NOMEIAM O MUNDO: ALGO DE FEMINISMOS NAS REDES
SOCIAIS NA INTERNET 576

ANTÓNIO PENA	
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA CONSEGUIR ENVELHECIMENTO COM QUALIDADE DE VIDA. ATIVIDADES FÍSICAS, CULTURAIS E SOCIAIS – O “EU” E O “OUTRO” – VALORIZAÇÃO DO PRAZER SEXUAL.....	590

G.T. 11 - HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO 608

JORGE SOUSA	
SUBSÍDIO PARA O ESTUDO DAS ORIGENS DO JORNALISMO ICONOGRÁFICO EM PORTUGAL: REVISTAS ILUSTRADAS, GRAVURA E FOTOGRAFIA (1835-1914)	609

FERNANDO STRONGREN	
TRIBUNA DO POVO E O JORNALISMO ANARQUISTA NO INTERIOR DO BRASIL (1916-1917).....	635

HELENA LIMA E OLÍVIA PESTANA	
A PERDA DAS COLÓNIAS PORTUGUESAS NA ÍNDIA. ENQUADRAMENTOS NOTICIOSOS NO <i>DIÁRIO DE NOTÍCIAS</i> E <i>JORNAL DO COMÉRCIO</i>	650

MARCO GOMES	
O JORNALISMO ITALIANO NOS ANOS 70: LIBERDADE DE IMPRENSA, PROCESSOS DE CONCENTRAÇÃO E NOVAS PRÁTICAS DISCURSIVAS	660

G.T. 12 - JORNALISMO E SOCIEDADE 676

ANA FONSECA E INÊS AMARAL	
DO TRADICIONAL ESPAÇO PÚBLICO AO “NOVO” DIGITAL: A APROPRIAÇÃO PELA AUDIÊNCIA NOS MEIOS DIGITAIS. PARA UM ESTUDO DO PANORAMA PORTUGUÊS	677

FRANCISCO VERRI E ÉBIDA SANTOS	
O ENQUADRAMENTO DA SEGURIDADE SOCIAL EM PORTUGAL E NO BRASIL: UMA ANÁLISE DO <i>CORREIO DA MANHÃ</i> (PT) E DA <i>FOLHA DE S. PAULO</i> (BR).....	685

ANDREIA FREITAS, ANA SILVA E SUSANA AMANTE	
RE[A]PRESENTAÇÕES DO JORNALISMO DE INVESTIGAÇÃO NA VOZ DOS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO	698

BÁRBARA AVRELLA E BEATRIZ DORNELLES	
AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NO CONTEXTO LOCAL-REGIONAL: UM ESTUDO COMPARATIVO DO BRASIL E PORTUGAL	719

NELSON OLIVEIRA, LUÍSA CAMPOS, MARIA NEVES, MARIA RIBEIRO E MARIA BARBOSA	
A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IMAGEM DO OUTRO NA IMPRENSA REGIONAL: OS REFUGIADOS NO DISCURSO DE DOIS DOS MAIS REPRESENTATIVOS JORNAIS DA BEIRA INTERIOR	732

JÚLIA BARROS E JOÃO JÚLIA BARROS E JOÃO ROCHA	
ELEIÇÕES DE CABO VERDE: DA LUSA ÀS REDAÇÕES	747

JÚLIO PINTO	
A TIPOGRAFIA NA WEB, CASO DE ESTUDO NOS JORNAIS ONLINE PORTUGUESES.....	761

G.T. 13 - PUBLICIDADE **775**

ANTÓNIO ROSA	
UMA TIPOLOGIA DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO.....	776

PAULO SILVA, CLÁUDIO SEABRA E ISABEL CUNHA	
SMARTPHONES: O SISTEMA NERVOSO DA COMUNICAÇÃO LÍQUIDA.....	792

EDUARDO BORBA, MARCELO ZUFFO E FRANCISCO MESQUITA	
ESTUDOS DA PUBLICIDADE EXTERIOR: DO CARTAZ CAMALEÓNICO À REALIDADE VIRTUAL	811

ANA MARQUES E JOSÉ ANDRADE	
O PROCESSO DE <i>DEBRANDING</i> : ESTUDO DE CASO DO BANCO PORTUGUÊS CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS	820

ANABELA GRADIM E RICARDO MORAIS	
PERCEÇÃO DA TRANSGRESSÃO EM PUBLICIDADE	832

G.T. 14 - RÁDIO E MEIOS SONOROS **837**

MAURO MAIA	
RÁDIO E MEIOS SONOROS EM PORTUGAL E NO BRASIL: ORIGENS E ABORDAGENS DAS PESQUISAS.....	838

BÁRBARA AVRELLA E THUANNY CAPPELLARI	
O CASO JBS: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO NO JORNALISMO OPINATIVO NO RÁDIO.....	852

MARIA ANTUNES E RAMÓN SALAVERRÍA	
UCCTUNES: ANÁLISE AOS PODCASTS DE ÁUDIO CRIADOS PELOS UTILIZADORES PORTUGUESES E DISPONIBILIZADOS NO ITUNES.....	867

JÉSSICA OLIVEIRA	
TENDÊNCIAS DE DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS RADIOFÓNICOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: O CASO DA M80 RÁDIO	877

G.T. 15 - RETÓRICA **895**

FRANCISCA AMORIM

A RETÓRICA – DISCIPLINA DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO: UMA REFLEXÃO
SOBRE A RETÓRICA NO PANORAMA ACADÉMICO PORTUGUÊS..... 896

JOSÉ DOMINGUES

RETÓRICA..... 911

HADASSA DAVID

A TEORIA DE CHOMSKY E A LÓGICA DA PROPAGANDA 921

G.T. 16 - SEMIÓTICA **935**

MANUEL ALBINO

A GEOMETRIA COMO EXPRESSÃO..... 936

SAMUEL MATEUS

DA PERSUASÃO ARGUMENTATIVA À PERSUASÃO SEDUTORA..... 951

MANUEL ALBINO

PROPOSTA DE UM META-SISTEMA ROBUSTO E SINTÉTICO DE ANÁLISE
SEMIÓTICA DE SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO..... 961

PRISCILA KROLOW

ANÁLISE DO DISCURSO DE FELICIDADE DA INFLUENCIADORA DIGITAL GABRIELA
PUGLIESI #AVIDAEMARA 974

G.T. 17 - TURISMO E TERRITÓRIO **987**

PATRÍCIA PINTO, ANA MATIAS E TERESA BARROS

CONTRIBUIÇÕES DO MARKETING TERRITORIAL PARA AS ESTRATÉGIAS DAS
SMART CITIES: O CASO DA CIDADE DE VISEU 988

LUÍSA AUGUSTO E SARA SANTOS

CIDADES E TERRITÓRIOS: O DIALOGISMO DAS AUTARQUIAS E O ENVOLVIMENTO
DOS PÚBLICOS *ONLINE*..... 1002

SARA PASCOAL, CLARA SARMENTO, JOANA REIS E LUÍSA SILVA

ROTAS LITERÁRIAS E INOVAÇÃO TURÍSTICA: UM MODELO CONCEPTUAL DE
COMUNICAÇÃO MULTIMODAL 1019

**SETE ANOS DE INVESTIGAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS - PERCURSOS DO
PRIMEIRO MESTRADO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM
PORTUGAL**

**SEVEN YEARS OF RESEARCH IN PUBLIC RELATIONS - PATHS OF THE FIRST
MASTER DEGREE IN PUBLIC RELATIONS STRATEGIC MANAGEMENT IN PORTUGAL**

Mafalda Eiró-Gomes¹
Ana Raposo²
César Neto³

PALAVRAS-CHAVE

*relações públicas,
investigação,
gestão estratégica das
Relações Públicas,
mestrado,
Acordos de Bolonha.*

KEYWORDS

*public relations,
research,
strategic
management of
Public Relations,
master programme,
the Bolonha Accord.*

Resumo

Respondendo ao desafio lançado pela Comissão Organizadora do 10º Congresso da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, subordinado ao tema “Ciências da Comunicação: Vinte Anos de Investigação em Portugal”, realizou-se uma abordagem retrospectiva, a partir de uma análise de conteúdo de cariz quantitativo, focada nos trabalhos de investigação realizados no âmbito no primeiro mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas em Portugal, para traçar os percursos até então trilhados em termos de tipos de trabalho apresentados, posicionamento da área de estudo, de ramos de atividade escolhidos e de caminhos metodológicos. A partir desta análise procurou-se, numa lógica prospetiva, contribuir ainda para uma melhoria da qualidade dos trabalhos de investigação a desenvolver.

Abstract

Responding to the challenge launched by the organising committee of the 10th Congress of SOPCOM – Portuguese Association of Communication Sciences, subject to the theme "Communication Sciences: Twenty years of research in Portugal", was held an retrospective approach, based on a quantitative content analysis, focused on research carried out under the first master's degree in Public Relations Strategic Management in Portugal, to trace the paths hitherto pursued in terms of types of research presented, the field of study, areas of activity and the methodological pathways. From this analysis it was sought, in a prospective logic, to contribute to an improvement in the quality of the research to be developed.

¹ Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal.. –E-mail: agomes@escs.ipl.pt.

² Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa. Email: araposo@escs.ipl.pt.

³ Coordenador de Marketing da FANUC Ibéria. Email: cesarrhpn@gmail.com.

Introdução

O século XXI emergiu como o século da consagração da era da informação. Entre uma Europa que não enfrentava ainda alguns dos seus maiores desafios, mas, onde, as ameaças de radicalismo já se faziam sentir, a velocidade e facilidade de uma suposta comunicação planetária pareciam ao alcance de todos. Se hoje valorizamos algumas das vozes que, com clarividência denunciaram desde o início alguns dos aspetos menos positivos da nova era, como Wolton (2009; 2016) ou Bauman (2000; 2007), provavelmente há dez anos pensávamos ainda que a desinformação (Volkof, 1999), a incompreensão, o excesso de dados (que não informação), não podiam coexistir com o avanço tecnológico que colocava o mundo, para usar a expressão de Serres (2012), nos polegares das nossas mãos. Na realidade a noção de informação tão generalizada e vulgarizada está muito longe de poder ser compreendida como sinónimo de comunicação, entendida aqui, como comunicação efetiva.

A necessidade de uma Europa mais forte, com maior literacia e com jovens com elevados graus de diferenciação em termos profissionais e, claramente ainda sob o espírito dos seus fundadores, vinte e nove países europeus assinaram, em junho de 1999, os que viriam a ser conhecidos como os Acordos de Bolonha. Os Acordos estenderam-se, entretanto, a mais onze países e temos hoje uma estrutura de ensino superior que permite a conclusão de um primeiro ciclo de estudos em 3 anos e de um segundo ciclo de estudos que varia entre os 18 e os 24 meses, com parâmetros de compatibilidade e comparabilidade no mercado europeu. Na esteira deste processo, o estado português introduz a possibilidade de serem lecionados segundos ciclos de estudo nos Institutos Politécnicos, e em 2007 iniciam-se os primeiros mestrados nas diferentes escolas do Instituto Politécnico de Lisboa (IPL).

A elaboração e desenvolvimento do programa de estudos do mestrado apresentava-se como um duplo desafio. Por um lado, construir pela primeira vez um programa de segundo ciclo no ensino politécnico respondendo às exigências e necessidades específicas dos seus estudantes e dos empregadores. Por outro, não deixar que o mesmo ficasse refém da dicotomia proposta pela própria regulamentação entre investigação pura e aplicada, ou entre dissertações e os trabalhos de projeto ou os estágios em contexto profissional com a redação e discussão pública dos respetivos relatórios, existindo face a estes últimos dois tipos de trabalhos, em especial na área das ciências comportamentais e no ensino universitário, alguma conotação pejorativa.

Para além de uma reflexão teórica sobre a fundamentação do ciclo de estudos em apreço no contexto das ciências da comunicação, tanto do ponto de vista dos seus

fundamentos teóricos como dos seus desenvolvimentos empíricos, com certeza que em diálogo constante com outras áreas, que vão desde as ciências ditas exatas como a matemática às em geral consideradas disciplinas de cariz organizacional ou mais empresarial, pretende-se com a presente investigação perceber que percursos foram trilhados do ponto de vista dos trabalhos finais apresentados. Existe ou não equilíbrio entre os três tipos possíveis de trabalho final? Existem sectores de atividade privilegiados enquanto objeto de estudo? Dentro do quadro definido por Wilcox, Cameron e Xifra (2006) sobre as diferentes áreas específicas de atividade no quadro do desempenho das funções de um profissional de RP, há áreas privilegiadas pelos estudantes? Que métodos de investigação foram escolhidos tanto enquanto instrumentos de investigação científica? Que métodos de recolha e análise de dados foram privilegiados para monitorização de envolventes e para a avaliação de projetos ou preconizados para avaliação de campanhas?

Utilizar-se-á para tal um desenho de investigação de cariz pragmatista e com um método de recolha de dados de cariz documental. A análise de dados foi feita tendo por base uma análise de conteúdo de tipo quantitativo / frequencial. Serão analisados todos os trabalhos defendidos com sucesso pelos discentes que se inscreveram durante as 7 edições (2007-2013) do mestrado em apreço com recurso a um programa informático para análise de conteúdo. A análise foi realizada por, pelo menos, 2 investigadores, cumprindo os requisitos e exigências do método científico.

O Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas

O mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas, da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa (ESCS-IPL), foi a primeira oferta formativa de segundo ciclo em Portugal, no âmbito das Relações Públicas, tendo a sua primeira edição acontecido em 2007/2009. Com 30 vagas em cada ano (duas fases de candidatura) e área científica predominante em Estudos em Relações Públicas e Comunicação Empresarial, este curso com a duração de 24 meses (quatro semestres), confere a obtenção do grau de mestre perante a conclusão dos 120 ECTS e a defesa do trabalho final em provas públicas. A realização do 1º ano do curso confere o reconhecimento de pós-graduação, tendo o mestrado sido acreditado em agosto de 2013 por 6 anos (ACEF/1112/05267). Cada um dos dois primeiros semestres era composto por quatro unidades curriculares obrigatórias e duas opcionais a escolher entre as facultadas pela instituição, em cada ano letivo, e o terceiro semestre claramente vocacionado para a parte teórica e de preparação da investigação empírica (ou do estágio) a realizar. No quarto semestre o trabalho era totalmente desenvolvido em regime de orientação tutória não havendo lugar para quaisquer aulas de grupo. Tal não quer, no entanto, dizer que em muitos

dos anos letivos em apreço, não tenham existido reuniões e debates entre todos os envolvidos sobre os trabalhos em curso.

Eram objetivos do mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas, no formato e período aqui em análise:

- a) Desenvolver nos estudantes as capacidades analíticas e as competências ao nível da investigação e do desenvolvimento de projetos tanto numa perspetiva teórica como aplicada, que lhes permita desempenhar com sucesso funções de gestão estratégica da comunicação.
- b) Capacitar os estudantes enquanto profissionais de Relações Públicas (Comunicação Estratégica) para liderar e inovar na gestão de todos os processos comunicacionais - tanto ao nível da investigação e planificação, como da implementação e avaliação - em organizações de diferentes sectores de atividade.
- c) Possibilitar aos mestrandos a reflexão sobre os avanços científicos e técnicos visando tanto a investigação fundamental como a investigação aplicada nos domínios em questão.
- d) Integrar de forma inovadora a investigação e a prática (estudo de caso) pensando sempre em contextos multiculturais tanto em termos nacionais como internacionais.

Um dos grandes desafios que a nova legislação colocou, provavelmente sem que, aquando da sua redação, se pensasse de forma específica em termos das ciências comportamentais - para usar a designação que tanto nos agrada de John Searle (1985) e nos permite não sermos obrigados a encetar discussões pouco frutíferas sobre as ditas ciências da comunicação e (ou) das ciências sociais e humanas - prendeu-se com o manter a qualidade dos trabalhos finais para além do clássico formato de dissertação. O que se deveria esperar de um relatório de estágio ou de um trabalho de projeto? Como garantir que em qualquer uma destas formas os estudantes aprendiam e aplicavam os princípios e as técnicas do que se considera como os fundamentos da investigação científica, desiderato normal de qualquer trabalho final de mestrado? No seio do Politécnico emerge ainda uma outra preocupação, não de carácter científico ou pedagógico, mas mesmo sem o queremos com implicações claras sobre que tipo de trabalho escolher; seriam os trabalhos de projeto ou os relatórios de estágio menos prestigiantes que as dissertações? Seriam estes, no fundo, o assumir de alguma menoridade do ponto de vista científico graças a um seu carácter mais profissionalizante? Sempre entendemos que este não era, e não foi, de todo, o caso.

As dificuldades sobre o que se esperaria dos trabalhos de projeto e ou dos relatórios de estágio parecem contudo relevantes para esta discussão. Começamos pelos trabalhos de projeto e pela dificuldade que colocavam tanto do ponto de vista da necessária articulação com a comunidade, ou como alguns preferem dizer, com o mercado, como do ponto de vista da sua validade enquanto instrumentos de aprendizagem técnico-científica. Talvez que o primeiro passo tenha sido o mais difícil: o assumir que o que se pretendia, recorrendo de algum modo à área de gestão de projetos, e à experiência de faculdades de cariz mais tecnológico, seria que os mestrandos realizassem projetos do tipo pesquisa-ação, com um equilíbrio entre as dimensões conceptuais, técnicas e políticas (Lück, 2013), isto é, trabalhos com uma forte vertente de investigação mas com uma ancoragem clara nas realidades e nas necessidades da comunidade envolvente, sejam elas organizações do terceiro sector, empresas ou serviços públicos. Do ponto de vista da sua estrutura diríamos que pouco se inovou face às estruturas habituais da redação de projetos quando estes são orientados pelo método científico - identificação do projeto, análise da situação / problema, definição de finalidades e objetivos, delinear da estratégia, método e procedimentos, apresentação de cronograma, especificação de custos e recursos e proposta de monitorização e avaliação. Inovou-se, acreditamos nós, na exigência que se colocou na análise da situação cumprindo assim o desígnio dos mestrados pós-Bolonha enquanto instrumentos de iniciação à investigação científica, bem como na entrega de todos os instrumentos necessários à concretização do que é preconizado no trabalho de projeto, se bem que não necessariamente a sua implementação.

Se os estágios pareciam fazer parte de uma realidade mais próxima, porque mais habituais nas áreas das ciências comportamentais, não se tornaram contudo mais fáceis de acompanhar, ou de definir que critérios deveriam ser considerados como fundamentais aquando da redação dos seus relatórios e subsequente discussão em provas públicas. Salienta-se aqui o acompanhamento constante tanto nos locais de estágio por profissionais competentes, bem como o acompanhamento dos orientadores não só do próprio estágio como essencialmente na preparação do mesmo, e na redação do relatório a ser discutido em provas públicas. De destacar que aqui o desiderato da iniciação à investigação se aproximou muito tanto dos trabalhos de dissertação, como dos de projeto, na sua dupla ambivalência de conhecimentos teórico-práticos a serem aplicados, como na sua dimensão de auditorias de comunicação (análises dos contextos e das situações da prática profissional).

Desenho da Investigação

A investigação empírica que esteve na base deste artigo visou perceber que percursos foram trilhados do ponto de vista dos trabalhos finais apresentados no mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas, avaliando:

- a) Se existe ou não equilíbrio entre os três tipos possíveis de trabalho final?
- b) Quais as diferentes áreas específicas de atividade no quadro do desempenho das funções de um profissional de RP, há áreas privilegiadas pelos estudantes?
- c) Se existem ramos de atividade privilegiados enquanto objeto de estudo?
- d) Que métodos de investigação foram escolhidos enquanto instrumentos de investigação científica?
- e) Que métodos de recolha e análise de dados foram privilegiados?

Foram objeto de análise nesta investigação os trabalhos defendidos com sucesso pelos discentes que se inscreveram durante as primeiras sete edições do mestrado (2007/09-2013/15) e que defenderam os trabalhos finais entre 2009 e 2016. Apesar de se ter iniciado a 10ª edição deste curso de mestrado em 2017/2019, esta, bem como a 8ª e 9ªs edições não foi considerada neste trabalho, dado ter sido realizada uma alteração ao plano de estudos inicial nas edições a partir de 2014/2016.

Foi utilizado como método de análise, uma análise de conteúdo de cariz quantitativo, tendo sido construída uma base de dados com a informação necessária sobre cada trabalho final analisado (Holliday, 2002; Daymon & Holloway, 2002).

Ao contrário das perguntas de um questionário, onde o que foi feito é mediado pelo seu autor, na análise de conteúdo lidamos com o que realmente foi feito (escrito). Tal como o seu nome indica o objetivo desta técnica é, de forma sistemática, classificar e descrever o conteúdo manifesto (tangível e observável), para usar a proposta de Berelson e Lazasfeld (Krippendorff, 2013), de uma determinada “comunicação”, de um determinado “texto”, de acordo com categorias em geral pré-determinadas. Ao falarmos de uma análise de conteúdo de tipo quantitativo quer dizer que se contaram ocorrências daquilo que nos interessou, unidades de análise, de forma sistemática e de acordo com um conjunto de critérios previamente definidos (Berger, 2014). As unidades básicas nos 100 trabalhos apresentados no período de tempo em análise foram o título, as palavras chave, os resumos e o índice. Foram ainda analisadas as atas das provas públicas dos trabalhos apresentados entre 2009

e 2012. O método foi escolhido tendo em conta as perguntas de investigação e o tipo de material disponível, mas também por ser um método rápido e sem grandes custos.

Apresentação e Análise dos Dados

Relativamente à distribuição do número de trabalhos finais defendidos no período em análise pelos discentes que se inscreveram durante as primeiras sete edições do mestrado (2007-2015) e que defenderam os trabalhos finais entre 2009 e 2016, verifica-se um número consistente de trabalhos, com exceção dos anos de 2010 e 2016, em que existe uma redução significativa no número de trabalhos finais apresentados.

Ano de Defesa	Frequência	%
2009	11	11,0
2010	4	4,0
2011	22	22,0
2012	15	15,0
2013	14	14,0
2014	20	20,0
2015	12	12,0
2016	2	2,0
Total	100	100,0

Quadro 1: Número de trabalhos finais defendidos por ano

No que diz respeito ao tipo de trabalhos defendidos existe um equilíbrio entre as dissertações (52%) e as novas possibilidades de trabalhos de projeto e estágios com defesa pública dos relatórios, representando estas 48% dos trabalhos analisados.

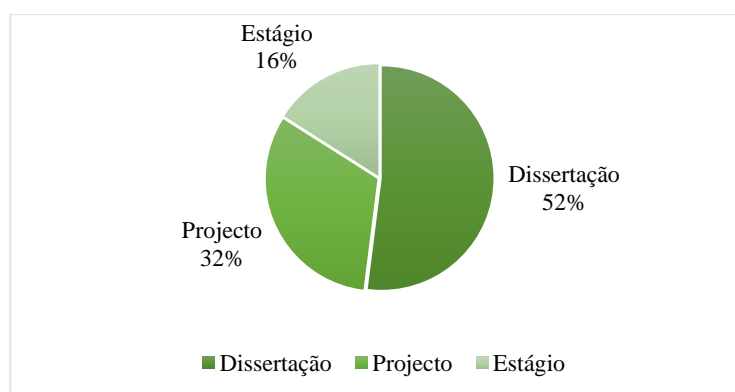


Gráfico 1: Tipo de trabalho final defendido

Observando a evolução da percentagem do número de trabalhos de dissertação ou das novas possibilidades introduzidas com os Acordos de Bolonha – Projetos e Relatórios de Estágios, podemos concluir que, com exceção do ano de 2016, que se trata de um ano excepcional em que apenas foram defendidos dois trabalhos finais (dissertações), existe tendencialmente um decréscimo do número de dissertações e um aumento do número de Projetos e Relatórios de Estágio.



Gráfico 2: Evolução do Tipo de trabalhos finais defendidos

Tratando-se de um mestrado em Gestão Estratégicas das Relações Públicas, que apresenta como área de estudo predominante os Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional, é relevante aferir qual a designação/posicionamento assumido nos diferentes trabalhos finais analisados. A maioria dos trabalhos (75%) são posicionados no âmbito das “Relações Públicas”, na sua aceção mais ampla, tal como definida a partir da década de 50, por Lesly (1997). Contudo, podemos afirmar que todos os trabalhos são na área disciplinar das Relações Públicas, sendo que em 25% dos mesmos foram privilegiados campos ou subdisciplinas deste campo disciplinar. O entendimento que aqui se faz do conceito deve ser entendido - sem que entremos em questões ou discussões teóricas sobre fronteiras disciplinares - como um conceito muito lato onde se incluem, ou se aceitam como similares, os conceitos de Comunicação Institucional, Comunicação Corporativa ou Comunicação Organizacional. Assim, encontram-se diferentes perspetivas e abordagens notando-se contudo predominância dos quadros teóricos em geral tido como pertencentes às linhas de investigação anglo-saxónicas.

Designações/Posicionamento	Frequência	%
Relações Públicas	75	75,0
Comunicação para a Saúde	3	3,0
Gestão da Reputação	3	3,0
Comunicação	2	2,0
Comunicação Organizacional	2	2,0
Liderança e Comunicação	2	2,0
Relações Públicas; Comunicação Institucional	2	2,0
Comunicação de Massas	1	1,0
Comunicação do Risco	1	1,0
Comunicação Institucional	1	1,0
Comunicação Interna	1	1,0
Confiança Organizacional	1	1,0
Identidade Corporativa	1	1,0
Discurso	1	1,0
Lobbying	1	1,0
Outros	3	3,0
Total	100	100,0

Quadro 2: Designações/posicionamento apresentados nos trabalhos finais

Em termos do âmbito dos trabalhos finais apresentados, verifica-se que apenas uma pequena parte dos trabalhos são conceptuais (7%) apresentando como objeto de estudo a disciplina das Relações Públicas, sendo que a grande maioria destes (93%) têm como foco a prática profissional.

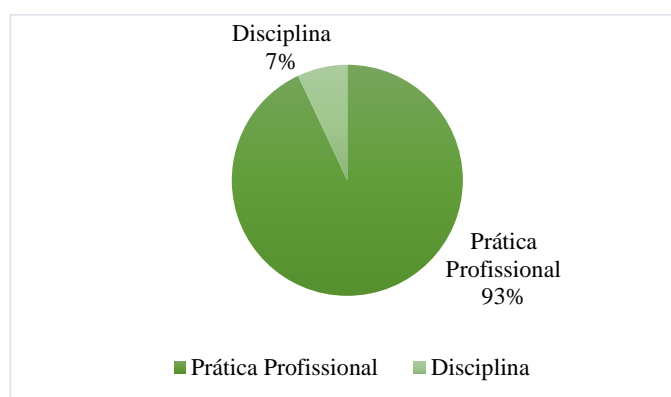


Gráfico 3: Âmbito dos trabalhos desenvolvidos

Retirando da análise os documentos que se focam na apresentação de trabalhos sobre a disciplina de Relações Públicas e passando a considerar como universo aqueles que são focados na prática profissional, conclui-se que existe um desequilíbrio no número de trabalhos desenvolvidos sobre cada área, com o maior foco nas questões associadas à Gestão da Comunicação Corporate e Institucional e Gestão da Reputação. Embora, inicialmente se tenha procurado seguir as categorias sobre as funções de um profissional de Relações Públicas propostas por Argenti (2003), Wilcox *et al.* (2003) ou Withe e Mazur (1995), decidiu-se optar por uma análise *data driven* criando uma categorização que melhor representasse a realidade em análise.

Quadro 3: Áreas específicas de desempenho da prática profissional

Áreas	Frequência	%
Corporate, Institucional, Gestão de Reputação	26	26,0
Media e Social Media	15	15,0
Comunicação no/do sector	13	13,0
Interesse Público, Comunicação paa o Desenvolvimento	13	13,0
Comunicação com colaboradores	12	12,0
Issue Management, Public Affairs, Governo, Diplomacia Pública	6	6,0
Responsabilidade Social Corporativa, Patrocínio, Mecenato	3	3,0
Divulgação, Produto, Serviço	2	2,0
Gestão de Risco e Comunicação de Crise	2	2,0
Gestão de Eventos	1	1,0
Total	93⁴	93

Sendo os ramos de atividade onde as organizações desenvolvem a sua atividade um elemento determinante para o desempenho das Relações Públicas, considerou-se relevante perceber se existem sectores ou ramos de atividade privilegiados enquanto objeto de estudo. A partir do quadro 4 constata-se que em 17% dos trabalhos se apresentam propostas em que não há um posicionamento claro em nenhum ramo de atividade. Apesar da distribuição equilibrada entre os diferentes ramos identificados, existe um maior número de trabalhos sobre o ramo de atividade Humanitário e da Cooperação.

⁴ Nesta análise apenas foram considerados os trabalhos sobre a prática profissional.

Ramos de atividade	Frequência	%
N/A	17	17
Humanitário/Cooperação	11	11
Artes e Cultura	8	8
Estado e institutos públicos	8	8
Saúde e bem estar	6	6
Desporto	5	5
Turismo	5	5
Indústria	4	4
Financeiro e Seguros	3	3
Moda e Vestuário	3	3
Político/Partidário	3	3
Tecnologias e Telecomunicações	3	3
Outros	24	24
TOTAL	100	100

Quadro 4: Ramos de atividade estudados

Em termos metodológicos, os elementos dos documentos analisados, recorde-se – capa, resumo/*abstract*, palavras-chave, índice e atas públicas – não permitem saber em 63% dos trabalhos qual foi o método de investigação escolhido. Naqueles em que o método se apresentava descrito nos elementos em análise, existe uma distribuição equilibrada na escola dos métodos mistos, quantitativos e qualitativos.

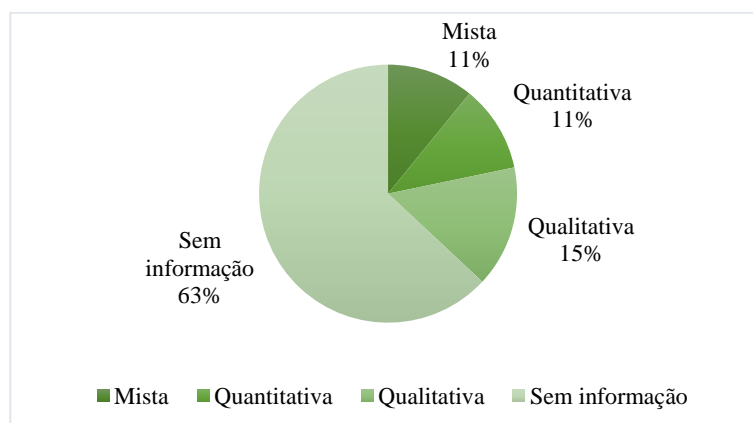


Gráfico 4: Descrição do método⁵

⁵ Dados relativos às Dissertações, com exceção dos trabalhos sobre a disciplina

Por fim, no que aos métodos de recolha e análise de dados diz respeito, volta a verificar-se o facto de, em um número significativo de trabalhos, não ser possível obter dados relevantes. Ainda assim, parece ser privilegiado tanto como método de recolha como método de análise o “Estudo de Caso”.

Método de Recolha	Frequência	%
Sem informação	17	37
Estudo de Caso	12	26
Entrevista	8	17
Questionário	7	15
Entrevista e Questionário	1	2
Entrevista, Observação Direta e Questionário	1	2
TOTAL	46⁶	100

Quadro 5: Métodos de Recolha de Dados

Método de Análise	Frequência	%
Sem informação	19	41
Estudo de Caso	12	26
Análise Categorial	4	9
Análise de Conteúdo	3	7
Análise Categorial Frequential	1	2
Análise Categorial Temática	1	2
Análise de Discurso	1	2
Análise de Entrevistas + Análise Estatística	1	2
Análise Qualitativa de Conteúdo	1	2
Análise Quantitativa	1	2
Análise Transacional	1	2
Inferência Estatística	1	2
TOTAL	46⁷	100

Quadro 6: Métodos de Análise de Dados

⁶ Dados relativos às Dissertações, com exceção dos trabalhos sobre a disciplina.

⁷ Dados relativos às Dissertações, com exceção dos trabalhos sobre a disciplina.

Interpretação dos Resultados

A investigação realizada permite-nos concluir que existe um equilíbrio entre o número de trabalhos de dissertação e o número de trabalhos focados nas realidades organizacionais - projeto e relatório de estágio, tendo sido superado o desafio apresentado aquando da conceção desta oferta formativa, de não ficar refém da dicotomia entre os trabalhos de dissertação e as novas possibilidades apresentadas pelos Acordos de Bolonha.

Os projetos revelaram-se um contributo positivo, na medida em que foram aplicados em diferentes organizações e são eles próprios geradores de emprego, tendo como foco o desenvolvimento, transformação e criação de novas estratégias e abordagens de comunicação. Por outro lado, tanto os projetos como os estágios sendo norteados pelo espírito científico, tornam-se também relevantes para as organizações pela clareza, objetividade, precisão e possibilidade de avaliação, contribuindo ainda para a reflexão sobre a prática profissional e para o desenvolvimento da própria prática, facto relevante para o conhecimento e reconhecimento da atividade de Relações Públicas.

Em termos metodológicos, a opção pelo Estudo de Caso pode ser vista como uma evolução na investigação em Relações Públicas, uma vez que no início do século XXI o Estudo de Caso emerge com um estatuto próprio (Eiró-Gomes e Duarte, 2008; Eiró-Gomes e Duarte, 2014), enquanto uma metodologia, muitas vezes composta por métodos mistos, com foco na comunicação aplicada, apresentando a vantagem de ser uma abordagem que permite sustentar simultaneamente tanto a investigação científica como a prática profissional. Assim, importa salientar a importância desta metodologia, na medida em que, não permitindo generalizações, pelo menos não quando trabalhando com casos isolados, e não no sentido habitual do termo, permite ter uma visão realista sobre diferentes práticas, no nosso caso, práticas ou processos de cariz profissional no seio das mais variadas organizações.

Ao longo das primeiras sete edições do mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas foram exploradas linhas de investigação inovadoras no âmbito desta área, como seja a Comunicação de Interesse Público, as Relações Públicas Internacionais, ou a Diplomacia Pública. Olhar as intersecções da Comunicação com outras áreas, e a investigação sobre as práticas comunicacionais no quadro da revolução digital, tanto numa perspectiva de *übersicht* dessas mesmas realidades, como do prisma da reflexão teórica, foram com certeza objetivos também cumpridos.

Contudo, importa colocar em evidência alguns pontos que urgem ser melhorados e que esta investigação permitiu identificar, nomeadamente a fragilidade dos Resumos /*Abstracts*, que em alguns casos não permitem uma compreensão do objeto de análise do

trabalho e, na maioria dos trabalhos analisados, não permitem identificação dos métodos de investigação utilizados. Mesmo recorrendo à análise dos índices, não conseguimos, em muitos casos, recolher informação suficiente para identificar a metodologia de investigação, nem os métodos de recolha e de análise. A este nível, será importante destacar a uniformização das capas dos trabalhos finais imposta pelo Conselho Técnico-Científico, na medida em que passou a ser mais claro qual o tipo de trabalho final apresentado. No âmbito desta pesquisa e nos trabalhos dos primeiros anos foi necessário recorrer às Atas das Provas Públicas para complementar a informação em falta tanto na capa como nos resumos.

Assim, em termos de próximos passos sugere-se a definição de regras para a redação de resumos/*abstracts* que apresentem uma descrição concreta do objeto de análise do trabalho, da metodologia de investigação utilizada, bem como dos métodos de recolha e de análise dos dados, mesmo que de forma sintética, o que poderá contribuir para a afirmação da área disciplinar das Relações Públicas. Acredita-se ainda que poderá ser uma mais valia fazer uma análise complementar a este estudo exploratório, em que seja realizada uma análise de conteúdo aos documentos completos.

Tratando-se do primeiro mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas em Portugal e de uma oferta formativa inovadora ao nível das instituições de ensino superior politécnico - num campo de estudo que nem sempre obtém o devido reconhecimento no nosso país -, este curso, nas suas sete primeiras edições analisadas, foi um contributo positivo a diferentes níveis. Por um lado, este deu resposta aos alunos que procuravam uma oferta de segundo ciclo específica na área das Relações Públicas, uma vez que as até então existentes abrangiam as ciências da comunicação de uma forma mais ampla e global, ou dando uma maior relevância a aspetos teóricos destas. Por outro lado, este mestrado permitiu criar uma nova dinâmica entre a academia e os empregadores, tendo sido criados postos de trabalho e implementadas propostas inovadoras gizadas nos trabalhos finais realizados tenham sido eles dissertações, relatórios de estágio ou trabalhos de projeto.

Notas Conclusivas

Os cem trabalhos finais apresentados em provas públicas e os diferentes artigos científicos que daí advieram são eles também representativos da importância do mestrado para o posicionamento das Relações Públicas, no panorama nacional e internacional. Sendo um curso de segundo ciclo que tem como objetivo ser um projeto de iniciação à investigação para jovens estudantes e profissionais, este mestrado cumpriu ainda este seu desiderato, dado que cinco dos mestres deste curso, concluíram já os seus doutoramentos em Ciências da Comunicação. Cumpre-nos contudo refletir sobre o valor em termos globais desta formação e dos mestrados em geral. Se podemos afirmar que muito se evoluiu ao longo das

sete edições em termos da qualidade dos trabalhos, do ponto de vista, se se quiser, de todo um conjunto de questões formais que esta investigação tornou manifestas, este trabalho pouco nos disse sobre o valor deste mestrado enquanto formação avançada numa Europa em mudança. Estará esta formação a responder às necessidades do mercado? Com certeza que sim. Estará esta formação a ser construtora de pontes, de mais conhecimento, de mais compreensão sobre a comunicação corporativa e a comunicação aplicada? Com certeza que sim. Os *outcomes* tanto em termos de continuação de estudos como de empregabilidade parecem apontar para o sucesso do referido curso. Resta-nos desejar, e à falta de meios para o avaliarmos, esperar que estas sete edições tenham de algum modo, e ainda que de uma forma muito insipiente, contribuído para a “dimensão universal da função educativa do ensino”. “Lembremos que a experiência do aparentemente inútil e a aquisição de um bem não imediatamente quantificável são *investimentos* cujos *lucros* se revelarão a *longue durée*” (Ordine, (2013, 2016, p.91).

Referências Bibliográficas

- Argenti, P. (2003). *Corporate communication*. New York: McGraw Hill/Irwin.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. London: Polity.
- Bauman, Z. (2007). *Liquid times: Living in an age of uncertainty*. London: Polity.
- Berger, A. (2014). *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. London: SAGE Publications.
- Daymon, C. e Holloway, I. (2002). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. New York: Routledge.
- Diário da República*, 2a Serie – nº 201, 16 de Outubro de 2009, Despacho n.º 22939/2009
- Eiró-Gomes, M. & Duarte, J., (2014). O estudo de caso em relações públicas: investigação sobre a prática e para a prática profissional. In C. P. de Moura & M. A. Ferrari (org.), *A pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e a inovação*. Porto Alegre, RS Editora da PUC-RS, 2014 E-book, 4º cap.
- Eiró-Gomes, M. e Duarte, J. (2008). The case study as an evaluation tool for Public Relations. In: *Public Relations Metrics*. Routledge.
- Holliday, A. (2002) *Doing and writing qualitative research*. London: SAGE Publications.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: an introduction to its methodology*. London: SAGE Publications.
- Lesley, P. (1997). *Lesley's handbook of public relations and communications*. Chicago: Contemporary Books.
- Lück, H. (2003). *Metodologia de projectos. Uma ferramenta de planeamento e gestão*. São Paulo: Ed. Vozes.
- Ordine, N. (2013). *A utilidade do inútil - manifesto*, trad. port. de *L'utilità dell'inutile*, Kalandraka editora, 2016.
- Searle, J. (1985). *Minds, brains and science*. Harvard University Press

Serres, M. (2012). *Petite poucette*. Paris: Pommier Edition.

White, J. & Mazur, L. (1995). *Strategic communications management*. Singapore: Addison- Wesley Publishing Company.

Wilcox, D et al, (2006). *Public relations: Strategies and tactics*. Allyn & Bacon.

Wolton, D. (2009). *Informer n'est pas communiquer*. Paris: CNRS.

Wolton, D. (2016). *Communiquer c'est vivre*. Paris: Cherche Midi.

Volkoff, V. (1999) *Petite histoire de la désinformation*. Paris: Éditions du Roche.

Webgrafia

www.escs.ipl.pt, Site da Escola Superior de Comunicação Social