

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

JULIE ANNE JANIO SIMÕES

**RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: Um Estudo  
sobre as publicações científicas da Associação Brasileira de Pesquisadores de  
Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp**

MANAUS

2021

JULIE ANNE JANIO SIMÕES

**RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: Um Estudo  
sobre as publicações científicas da Associação Brasileira De Pesquisadores  
de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Relações Públicas, como parte dos  
requisitos necessários à obtenção do título de  
Bacharelado em Relações Públicas.

ORIENTADORA: PROF. DR. MARIA EMÍLIA DE OLIVEIRA PEREIRA ABBUD

MANAUS

2021

## Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

S593r Simões, Julie Anne Janio  
Relações Públicas e Comunicação Organizacional : um estudo sobre as publicações científicas da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas-Abrapcorp / Julie Anne Janio Simões . 2021  
59 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud  
TCC de Graduação (Comunicação Social - Relações Públicas) -  
Universidade Federal do Amazonas.

1. Relações Públicas. 2. Comunicação Organizacional. 3. Abrapcorp. 4. Artigos científicos. I. Abbud, Maria Emilia de Oliveira Pereira. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por ser minha força e me dá condições para a realização dessa monografia.

Só tu és digno de toda honra e toda glória;

A minha Mãe, por sempre acreditar na minha capacidade e me acolher nos momentos mais difíceis dessa caminhada;

Ao meu esposo e melhor amigo, por me incentivar, me acompanhar e sempre ser paciente;

Aos meus amigos, pelo apoio e palavras de conforto;

A Universidade Federal do Amazonas por me conceder a oportunidade de realizar um curso superior;

A minha orientadora, pelos ensinamentos, pelo tempo e compreensão, sou imensamente grata.

## RESUMO

A pesquisa realizada tem como principal objetivo analisar a perspectiva teórica estabelecida pelos autores sobre as relações públicas e a comunicação organizacional, a partir das publicações científicas nos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas-Abrapcorp, no período de 2008 a 2018. Para a realização do projeto, utilizou-se a pesquisa exploratória, descritiva e explicativa, com enfoque nas abordagens quantitativa e qualitativa. Realizou-se a identificação dos artigos que contêm em suas palavras-chave, respectivamente, “relações públicas” e “comunicação organizacional”, publicados no período delimitado. Os resultados da pesquisa demonstram que no período estipulado, foram identificados vinte e sete (27) trabalhos divulgados nos Anais da Abrapcorp, o ano de 2016 é considerado o mais próspero em publicações sobre a temática, os anos de 2012 e 2014 demonstraram uma expressiva redução nas publicações. Verificou-se que a região sudeste teve maior representatividade dos autores, pois contemplaram, por mais vezes, em suas temáticas as relações públicas e a comunicação organizacional, destaca-se que os pesquisadores da região norte não publicaram nesse período. Por fim, ao analisar a perspectiva teórica dos autores, nas publicações científicas, em sua maioria, não tratam as relações públicas e a comunicação organizacional de forma interdependente, já que as áreas existem independentemente uma da outra, no entanto, acreditam que atuação no ambiente profissional de forma cooperativa pode trazer benefícios mensuráveis para as organizações, isto porque as duas áreas se preocupam em gerenciar de forma eficaz os relacionamentos entre as organizações e seus públicos.

**Palavras-chave:** Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Abrapcorp; Artigos científicos.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research carried out is to analyze the theoretical perspective established by the authors on public relations and organizational communication, based on scientific publications in the Annals of the Brazilian Association of Organizational Communication and Public Relations Researchers-Abrapcorp, from 2008 to 2018. To carry out the project, exploratory, descriptive and explanatory research was used, with a focus on quantitative and qualitative approaches. The identification of articles that contain their keywords, respectively, "public relations" and "organizational communication", published in the defined period, was carried out. The research results show that in the period, twenty-seven (27) works published in the Annals of Abrapcorp were identified, the year 2016 is considered the most prosperous in publications on the subject, the years 2012 and 2014 a significant reduction in publications. It was found that the Southeast region had greater representativeness of authors, as they considered public relations and organizational communication more often in their themes, it is noteworthy that researchers from the North region did not publish in this period. Finally, when analyzing the theoretical perspective of the authors, most scientific publications do not deal with public relations and organizational communication in an interdependent way, as the areas exist independently of each other, however, they believe that acting in the environment in a professional cooperative way can bring measurable benefits to organizations, because both areas are concerned with effectively managing the relationships between organizations and their audiences.

**Keywords:** Public Relations; Organizational communication; Abrapcorp; Scientific articles.

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2008</b> .....	32
<b>FIGURA 2 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2009</b> .....	33
<b>FIGURA 3 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2010</b> .....	34
<b>FIGURA 4 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2011</b> .....	35
<b>FIGURA 5 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2012</b> .....	36
<b>FIGURA 6 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2013</b> .....	36
<b>FIGURA 7 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2015</b> .....	37
<b>FIGURA 8 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2016</b> .....	38
<b>FIGURA 9 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2017</b> .....	41
<b>FIGURA 10 – LOGOMARCA DO CONGRESSO REALIZADO EM 2018</b> .....	42
<b>FIGURA 11 - NUVEM DE PALAVRAS</b> .....	54

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO DA ABRAPCORP NO PERÍODO DE 2008 A 2018 .....	30
<b>GRÁFICO 2</b> –REPRESENTATIVIDADE GEOGRÁFICA DOS AUTORES DAS PUBLICAÇÕES NOS ANAIS DA ABRAPCORP.....	31
<b>GRÁFICO 3</b> - AUTORES DE RELAÇÕES PÚBLICAS MENCIONADOS NO PERÍODO DE 2008 A 2018 .....	48
<b>GRÁFICO 4</b> - AUTORES DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL MENCIONADOS NO PERÍODO DE 2008 A 2018.....	49

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2008 .....	32
<b>QUADRO 2</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2009 .....	33
<b>QUADRO 3</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2010 .....	34
<b>QUADRO 4</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2011 .....	35
<b>QUADRO 5</b> -ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2012.....	36
<b>QUADRO 6</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2013.....	37
<b>QUADRO 7</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2015 .....	38
<b>QUADRO 8</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2016.....	40
<b>QUADRO 9</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2017 .....	41
<b>QUADRO 10</b> - ARTIGOS PUBLICADOS NO ANO DE 2018.....	42
<b>QUADRO 11</b> - TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2008 .....	43
<b>QUADRO 12</b> - TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2009 .....	44
<b>QUADRO 13</b> TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2010 .....	44
<b>QUADRO 14</b> TEXTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2011 .....	45
<b>QUADRO 15</b> - TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2012 .....	45
<b>QUADRO 16</b> - TEXTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2013 .....	45
<b>QUADRO 17</b> - TEXTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2015 .....	45
<b>QUADRO 18</b> - TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2016 .....	46
<b>QUADRO 19</b> - TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO 2017 .....	47
<b>QUADRO 20</b> -TEXTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2018 .....	47

<b>QUADRO 21</b> TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2008.....	50
<b>QUADRO 22</b> -TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2009.....	50
<b>QUADRO 23</b> - TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2010.....	50
<b>QUADRO 24</b> - TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2011.....	51
<b>QUADRO 25</b> - TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2013.....	51
<b>QUADRO 26</b> - TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2016.....	52
<b>QUADRO 27</b> - TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES NO ANO DE 2017.....	52
<b>QUADRO 28</b> TEXTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UTILIZADOS PELOS AUTORES EM 2018 .....	52

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>Objetivo Geral</b> .....	14
<b>Objetivos Específicos</b> .....	14
<b>1. CAPÍTULO 1</b> .....	<b>16</b>
1.1 Relações Públicas: a área, a função, a atividade, a profissão e o profissional 16	
1.2 Comunicação Organizacional .....	22
<b>2. CAPÍTULO 2</b> .....	<b>28</b>
2.1 Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- (Abrapcorp).....	28
2.3 Etapas da pesquisa .....	30
2.4 Artigos publicados .....	31
<b>2.5 Referências teóricas</b> .....	43
2.6 As escolhas metodológicas das publicações científicas .....	53
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>55</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>57</b>

## INTRODUÇÃO

Na percepção de alguns pesquisadores a interface entre as duas áreas, as relações públicas e a comunicação organizacional, é inequívoca. Enquanto as relações públicas têm como objeto de estudo a eficácia dos relacionamentos entre os públicos e as organizações, a comunicação organizacional prioriza a comunicação estratégica no ambiente organizacional, conseqüentemente, percebe-se a relação existente entre os dois campos de atuação e a necessidade de serem colocadas em prática no mercado profissional de forma sinérgica, juntamente com as demais áreas da comunicação.

Embora possuam uma semelhança expressiva, em que podemos considerar a ideia de imbricação oportuna, ambas apresentam definições e conceituações distintas, todavia, a confluência entre as áreas é nítida, já que sempre caminham para uma mesma direção, em que a busca por uma comunicação excelente para as organizações junto aos seus públicos é prioridade tanto no campo das relações públicas quanto na comunicação organizacional.

Ao levar em consideração os argumentos apresentados em muitos estudos nos últimos tempos, emergiu nosso interesse em investigar as interpretações teóricas estabelecidas sobre a área de relações públicas e da comunicação organizacional no cenário contemporâneo.

Responder o seguinte questionamento: Qual a perspectiva teórica apresentada pelos autores sobre as relações públicas e a comunicação organizacional nas publicações dos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp?

Destaca-se que a Abrapcorp foi fundada em 2006, com o propósito de fomentar a realização de pesquisas científicas voltadas para as áreas de relações públicas e de comunicação organizacional e divulgá-las anualmente por meio de congressos realizados em diversas cidades, com a presença de profissionais e estudantes da comunicação. Reitera-se que o intuito é instigar o debate entre a academia e o mercado profissional.

Com relação aos objetivos traçados, destaca-se:

### **Objetivo Geral**

Analisar a perspectiva teórica estabelecida pelos autores sobre as relações públicas e a comunicação organizacional, a partir das publicações científicas nos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp, no período de 2008 a 2018.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar as publicações científicas nos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp que contemplem a reflexão sobre as Relações Públicas e a Comunicação Organizacional;
2. Apresentar as relações públicas e a comunicação organizacional na perspectiva dos teóricos;
3. Compreender o campo científico das relações públicas e da comunicação organizacional a partir da perspectiva apresentada pelos autores das publicações científicas.

Quanto aos procedimentos metodológicos, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva e explicativa, a fim de identificar nos Anais da Abrapcorp, as publicações científicas que apresentam em suas palavras-chave as “relações públicas” e a “comunicação organizacional”, respectivamente. Posteriormente, concluída a abordagem quantitativa, fez-se necessário a abordagem qualitativa, uma vez que buscou-se compreender e apresentar para o leitor a perspectiva teórica dos autores dos artigos publicados sobre as relações públicas e a comunicação organizacional.

O trabalho está estruturado em dois capítulos. No primeiro, inicialmente, apresenta-se as relações públicas, a área, a função, a atividade, a profissão e o profissional. A intenção é identificar o referencial e a perspectiva teórica apresentada pelos estudiosos da área. Dando continuidade à proposta inicial, contextualiza-se a

comunicação organizacional, histórico, campo científico e atividade, por fim, é apresentada a relação existente entre as duas áreas.

No segundo capítulo, destaca-se a atuação da Abrapcorp, sendo apresentado o percurso metodológico traçado para a realização da pesquisa proposta. Nas abordagens, quantitativas e qualitativas, é evidenciado o total de artigos no período de 2008 a 2018, com títulos/autores, palavras-chave, referencial teórico, percurso metodológico, além dos resultados obtidos nos vinte e sete (27) trabalhos publicados nos Anais da Abrapcorp.

Através de uma nuvem de palavras são apresentados os principais procedimentos metodológicos utilizados nas publicações científicas pelos autores, com análise conclusiva e discussão dos resultados, realizada no capítulo 2, destacando-se ainda os resultados expressivos da pesquisa proposta.

Por fim, apresenta-se a perspectiva dos autores das publicações científicas sobre as relações públicas e a comunicação organizacional.

## 1. CAPÍTULO 1

### 1.1 Relações Públicas: a área, a função, a atividade, a profissão e o profissional

O termo relações públicas pode ser utilizado para nos referirmos a área, a função, a atividade, a profissão e o profissional, percebe-se que a nomenclatura é polissêmica e a área possibilita a atuação em diversos campos dos âmbitos organizacionais (MOURA, 2007), visto isso, torna-se relevante o esclarecimento dos significados.

Simões (1995), também considera que o termo apresentado designa muitos objetos sociais, o que dificulta muitas vezes o entendimento para os leigos e até mesmo entre aqueles que dominam a área, por esse motivo, surge a importância em compreender o assunto e esclarecê-lo.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Dantas (2016) afirma que é difícil conceituar relações públicas devido aos diversos significados que existem em seu termo, segundo ele, está é pertencente ao campo ou área acadêmica, a atividade profissional, ao processo administrativo comunicacional, ao curso superior e as relações humanas. O autor entende que “relações públicas é um conjunto de atividades que visa harmonizar os interesses privado e público, melhorando a imagem do cliente perante a opinião pública [...]” (DANTAS, 2016, p. 6).

Para Simões (1995), as relações públicas são uma função política em razão de suas atividades estarem fortemente ligadas a relação de poder existente entre as organizações e seus públicos de interesse, ressalta ainda que seu principal objetivo é sanar quaisquer conflitos de interesse que possam surgir e afetar o ambiente social das organizações.

Segundo o método de análise dos pontos de inflexão da história da atividade de relações Públicas e das culturas onde ela mais se desenvolveu, tudo indica que seu princípio e fundamento localizam-se na relação de poder entre as organizações e seus públicos, assim como na possibilidade iminente do conflito entre ambos. (SIMÕES, 1995, p. 51)

É inequívoco que o objeto de estudo das relações públicas seja os públicos e as organizações, tendo como objetivo criar relacionamentos regados de reciprocidade para alcançar os objetivos organizacionais, Simões (1995) entende que público é um

conjunto abstrato de pessoas que contêm interesses semelhantes aos das organizações. Dessa forma, torna-se pertinente estabelecer as funções que colaboram para o êxito desse processo.

Propor políticas e estratégias, implementar (planejar, coordenar, executar) programas e instrumentos são atribuições diretamente relacionadas com a promoção de maior integração da instituição com os seus públicos. O resultado deste agrupamento é a indicação de atividades profissionais em cada etapa do processo caracterizado pelas funções de diagnosticar, prognosticar, propor e implementar ações voltadas ao estabelecimento de relacionamentos entre entidades e públicos (MOURA, 2007, p. 221).

As funções mencionadas de fato são imprescindíveis para o exercício das relações públicas, uma vez que “tem como área específica de suas atividades o comportamento coletivo, no seu agrupamento espontâneo que chamamos de público” (ANDRADE, 1983, p. 36). Para que seja possível a compreensão de públicos na concepção das relações públicas é conveniente esclarecer sua importância, Simões (2001) afirma que os públicos são o elemento fundamental na atuação dessa área, visto que ao utilizarmos o termo não significa que está sendo abrangido todos de um determinado ambiente, mas sim, vão interessar os públicos que realmente estarão como prioridade, ou seja, os que estiverem inseridos nos objetivos organizacionais.

Deve existir, entre organização e seus públicos, um sistema que permita a influência de informações nos dois sentidos, tanto na ida como na volta. A existência desse “canal” conduziria, de modo contínuo e desimpedido, a palavra dos públicos para junto do poder de decisão e deste para os públicos (SIMÕES, 1995, p.87).

É interessante falarmos do relacionamento presente no sistema social das organizações, já que para muitos é simples conduzi-lo, e essa visão pode ser considerada errônea a partir do momento em que a alta direção deixa em segundo plano sua relação com os que mais interessam, aqueles que quando não inseridos nas ações estratégicas organizacionais podem levar resultados indesejáveis e, por isso, a necessidade da utilização de meios que permitam a fluidez das informações entre organização-públicos. A função estratégica possibilita as organizações canais de comunicação eficazes perante os públicos e essa prática demonstra uma valorização do meio social das organizações (KUNSCH, 2006).

A partir disso, pode-se encontrar demais compreensões que buscam clarificar o entendimento sobre públicos, “no que se refere à esfera das relações públicas, tem-se que o processo contém o fenômeno da interação no sistema organização-

públicos”(SIMÕES, 2001, p.18), para as relações públicas priorizar a mediação de informações entre público-organização é colocar em prática suas atividades de forma ética, condizentes com o Art. 2º da lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, em que se deve priorizar:

A informação de caráter institucional entre entidade e público através dos meios de comunicação; a coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública, para fins institucionais; o planejamento e supervisão da utilização dos meios audiovisuais, para fins institucionais; o planejamento e execução de campanhas de opinião pública; o ensino das técnicas de relações públicas de acordo com as normas a serem estabelecidas, na regulamentação da presente lei.

A preocupação das relações públicas em obter e manter um ambiente harmonizado e integrado surge devido as atividades serem inerentes ao planejamento e a busca pela eficácia de uma comunicação transparente e humanizada, já que sem o êxito nesse processo é muito mais dificultoso obter resultados positivos (KUNSCH, 2006), nota-se que planejar é um termo frequente quando trata-se de expor as atividades que um profissional de relações públicas deve exercer.

As organizações, seja de natureza pública, privada ou sem fins lucrativos, estão cada vez mais criteriosas em relação aos relacionamentos que estão criando com os que estão envolvidos direta ou indiretamente nos seus objetivos organizacionais, o ato de transmitir a informação vai muito além e assume uma comunicação mais estratégica e planejada, uma vez que a “informação é o elemento ativador do processo, desde que ela seja percebida pelo público” (SIMÕES, 1995, p. 57), portanto, manifesta-se a necessidade de possuir um responsável para mediar os relacionamentos entre público-organização por meio de canais de comunicação adequados e eficazes, levando o profissional de relações públicas a assumir a incumbência de dirigir esse processo de forma competente.

A atividade profissional de relações públicas teve início no século XX a partir das práticas de *Ivy Lee* que tinha como intuito favorecer a imagem do empresário norte-americano *John Rockefeller*. No Brasil, a profissão se consolida em 1914 com a inauguração do primeiro departamento de relações públicas, por Eduardo Pinheiro Lobo, engenheiro e primeiro executivo da área, desde então a atuação de diversas organizações propiciaram a profissão diversos meios de atuação, tornando-a imprescindível para o exercício da comunicação.

Grunig (2001) afirma que a profissão existe há quase cem anos e com o passar do tempo se desenvolveu e acompanhou as mudanças no mercado, já que na época não existia sequer uma educação formal em relações públicas e nem referências para o exercício da profissão.

Consciente que toda profissão surge da necessidade de solucionar problemas existentes nos ambientes organizacionais, Simões (1995, p. 51) afirma que, “as atividades e subsequentes profissões existentes nas mais diversas culturas do mundo foram identificadas e institucionalizadas pela sociedade em razão de uma necessidade de resolver problemas”, com a profissão de relações públicas não foi diferente, as organizações passam a perceber que criar e manter relacionamentos longe de conflitos é um diferencial no mercado, além de que manter uma imagem positiva perante a opinião pública é algo imprescindível.

Para Kunsch (2006), o desenvolvimento da prática profissional de relações públicas no Brasil, mais especificamente, só veio acontecer na década de 1950 devido ao rompimento de um período ditatorial militar com a chegada de uma nova democracia, com a presença de novos veículos de comunicação, dentre eles o rádio transmissor, jornais e revistas, surge a necessidade de fazer relações públicas.

Moura (2007) destaca em sua produção científica um trecho da regulamentação da profissão de relações públicas. A autora assinala que:

Em termos legais, os anos 60 marcaram a área. A Lei nº 5.377 disciplinou o exercício da profissão de Relações Públicas no Brasil, sendo o primeiro país a possuir uma legislação específica, regulamentada pelo Decreto nº 63.283. O Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas - CONFERP foi criado em 1969, sendo assim responsável pelo registro dos profissionais (p.210-211).

No Brasil, para que o profissional possa exercer a profissão de relações públicas no mercado de trabalho, é exigido que o mesmo seja graduado na área, em instituições que sejam reconhecidas pelo Ministério da Educação (MEC), também sendo registrado no Conselho Federal de Relações Públicas- Conferp. No que diz respeito a capacitação desse profissional Grunig (2001, p. 79) compreende que, “o profissional graduado de relações públicas traz os problemas e os pontos de vista dos públicos externos e do pessoal interno ao foco de discussão dos outros gerentes quando decisões críticas são tomadas”.

Espera-se do profissional de relações públicas o exercício de uma comunicação estratégica e planejada, pensando em primeiro lugar nos públicos que estão ligados/ afetam as organizações, utilizando meios que possibilitem a transmissão de informações fidedignas juntamente com um processo planejado dessas ações, uma vez que “o moderno profissional de relações públicas entende que hoje é necessário servir os interesses das pessoas que são afetadas pela organização para bem servir os interesses das organizações que brindam o seu sustento” (GRUNIG, 2001, p. 71), portanto, entender que o meio social das organizações deve ser priorizado é sim um diferencial para esse profissional, que amparado ao planejamento pode trazer benefícios mensuráveis e vale lembrar ainda que o planejamento é uma das atividades específicas do profissional de relações públicas.

Para compreendermos algumas funções que o profissional exerce no ambiente organizacional, faz-se necessário pontuá-las. De acordo com o Conselho Federal de Relações Públicas- Conferp (2016) são atividades inerentes aos profissionais, o planejamento, a implantação e o gerenciamento da comunicação institucional, corporativa, empresarial, organizacional, estratégica, dirigida e integrada nas organizações, além da atuação em programas de interesse comunitário e a fomentação à informação para a opinião pública, mediar os relacionamentos entre os diferentes públicos de forma estratégica por meio de canais de comunicação também é uma das atividades presente desse profissional. O Conselho também esclarece uma curiosidade, em que relações públicas (sem hífen) designa a atividade e relações-públicas (com hífen) é utilizada para denominar o profissional que exerce a atividade no Brasil. Além disso, explica que podemos utilizar a abreviação RP para nos referirmos as relações públicas.

É possível compreender que a intenção desse profissional seja orientar as organizações quanto à forma de interação eficaz com os públicos de interesse e a sociedade como um todo, contudo, o relações-públicas deixa de apresentar um processo técnico para assumir funções mais estratégicas, levando as grandes, médias e pequenas empresas a uma posição positiva perante a opinião pública (KUNSCH, 2006, p. 18).

O profissional de relações públicas busca diversas formas para fazer com que os relacionamentos sejam eficazes dentro e fora das organizações e essa prática pode ser considerada como primordial dentro das suas atividades, um público é capaz de determinar se uma organização conseguirá se manter ou não perante o mercado competitivo.

A esse respeito, (KUNSCH, 2003, p. 95) explicita sobre as relações públicas:

Em síntese, como atividade profissional elas identificam os públicos, suas reações, percepções e pensam em estratégias comunicacionais de relacionamentos de acordo com as demandas sociais e o ambiente organizacional. Supervisionam e coordenam programas de comunicação com públicos, grupos de pessoas que se auto organizam quando uma organização os afeta ou vice-versa. Preveem e gerenciam conflitos e crises que por ventura passam as organizações e podem desapontar dentro de muitas categorias.

É importante reforçar que as atividades de relações públicas não se limitam apenas no ato da transmissão de informações para esses públicos, Andrade (1983) salienta que em uma organização o profissional busca estabelecer com todos os envolvidos, direta ou indiretamente ligados a empresa, uma comunhão de ideias e atitudes por intermédio da comunicação, portanto, o diálogo regado de transparência é fundamental e pode gerar ações eficazes.

Outra definição que explicita a função do profissional de relações públicas é encontrada na legislação de 1967/1968:

Informações entre entidade e o público, inclusive sobre os objetivos da organização, mediante campanhas de opinião pública, com a utilização dos meios de comunicação, contando com pesquisas de opinião pública para a orientação de dirigentes na formulação de suas políticas, na solução de problemas que influam na opinião pública, promovendo maior integração na comunidade, para fins institucionais (MOURA, 2007, p. 213)

É evidente que os públicos das organizações são a principal responsabilidade desse profissional e podem ser considerados como objeto de estudo da área, portanto, é fundamental que se estabeleçam funções que possam evitar qualquer problema existente, em vista disso o relações-públicas procura fundamentar-se em projetos e ações que estejam ligados aos propósitos organizacionais para que os resultados sejam perduráveis e tornem seu trabalho satisfatório. Diante disso, torna-se imprescindível que o profissional utilize funções estratégicas por meio do planejamento visando meios eficazes para lidar com a opinião do público.

Ademais, percebe-se que o profissional de relações públicas executa diversas ações e estratégias por meio do planejamento com o intuito de antever situações indesejáveis para a organização, já que o prognóstico é uma de suas funções, cabe a esse profissional propor ações que busquem relacionamentos sólidos e duradouros, Kunsch (2003, p. 104) ressalta ainda que, “na prática, as relações públicas buscam criar e assegurar relações confiantes ou formas de credibilidade entre os públicos envolvidos”.

Entretanto, para que suas ações no ambiente organizacional possam ser eficientes, é necessário que o conjunto de comunicação seja levado em consideração dentro e fora de uma determinada organização, isto é, a atividade de relações públicas não deve conduzir-se isoladamente, ela faz parte de um sistema integrante de um conjunto organizacional assim como muitos outros, sendo assim, é preciso que todos ajam de forma integrada em sintonia com os objetivos e principalmente à cultura organizacional.

Para mais, é válido correlacionarmos relações públicas à comunicação organizacional, visto que as duas áreas estão fortemente relacionadas a criação e implementação de estratégias que priorizem relacionamentos eficazes entre organização e seus públicos sempre apoiadas aos objetivos e a cultura organizacional, em razão disso é relevante descrever sobre seu histórico e suas principais conceituações.

## **1.2 Comunicação Organizacional**

O surgimento da comunicação organizacional conforme Terra (*apud* MARIEN, 2008) teve início na década de 60, definida por alguns profissionais e organizações da época, logo em seguida foi se fortificando devido a situação política e a crise econômica brasileira e se consolidou nos anos 90 como parte da atividade estratégica organizacional. No entanto, “até os anos de 1980 os estudos de comunicação organizacional se caracterizavam por uma forte vertente funcionalista e uma perspectiva linear-instrumental” (KUNSCH, 2017, p. 42), o início da década apresentava uma comunicação mais estratégica, interativa e preocupada com o relacionamento humano e a potencialização do diálogo.

Os primeiros estudos de comunicação organizacional, de perfil científico, remontam aos anos 40 do século XX. Embora se reconheçam em alguns

textos clássicos das áreas de economia e administração referências a aspectos típicos do campo da comunicação, foi só a partir dessa década que a comunicação passou a interessar aos pesquisadores como um campo rico e importante para compreender a dinâmica organizacional (CURVELLO, 2002, p.2).

As autoras (LIMA; ABBUD, 2014) destacam que a comunicação organizacional se manifestou na revolução industrial através do jornalismo empresarial trazendo mudanças na forma de relacionamento e interação das organizações, dando ênfase para os instrumentos de comunicação que aguçavam as relações participativas. Para Kunsch (2009), o ano de 1980 traz consigo mudanças que foram percebidas a partir da década subsequente, uma prática de relações públicas mais ampliada e integrada aos demais processos comunicacionais fazendo o reconhecimento da comunicação organizacional.

Os estudos voltados para a comunicação organizacional podem ser considerados em processo de consolidação por muitos autores da área, diante disso, diversos conceitos podem ser encontrados.

A comunicação organizacional brasileira surgiu em decorrência do período militar ditatorial e pelas raízes históricas e, devido ao contexto de desenvolvimento democrático e de justiça social posterior a esse período, acabou por incluir conceitos de participação, engajamento cívico e sustentabilidade. (TERRA, 2012 p. 2 *apud* Putnam e Casali, 2009, p. 643)

Podemos notar que os termos participação e engajamento presentes davam início a preocupação em lidar com a opinião pública, uma vez que a sociedade passa a se manifestar contra a ditadura instaurada. A partir disso, muitos buscaram dar sentido científico para a área e assim trouxeram conceituações com o intuito de melhorar o entendimento, considerado bastante complexo por muitos, sobre as atividades da comunicação organizacional.

O período entre 1990 e 2000 foi marcado por um grande número de estudos que buscavam ampliar o olhar em torno da comunicação organizacional com base em novos métodos e novas percepções teóricas, passando a adquirir uma forma mais abrangente. Não bastava somente informar, era preciso que as informações estivessem em harmonia com os propósitos da organização (LIMA; ABBUD, 2015, p.4).

Ademais, pode-se dizer que antes de comunicação organizacional muitos autores utilizavam o termo comunicação empresarial, entretanto, seguindo a perspectiva de Kunsch (2003), o termo organizacional pode ser mais amplo, abrangendo não somente empresas do segundo setor, mas também, o setor público

e sem fins lucrativos, como Organizações não Governamentais (ONGs), fundações, entre outras, “a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam suas atividades” (KUNSCH, 2003, p. 150). Farias (2009) também defende que não há sinonímia entre os termos, já que a comunicação empresarial apresenta em seu significado um processo mais técnico e operacional.

Desse modo, “a comunicação organizacional se refere tanto a um campo de estudos (uma subárea da comunicação) quanto a um conjunto de fenômenos empíricos (práticas de comunicação complexas e variadas) desenvolvidos no âmbito das organizações” (NASCIMENTO; FILHO, 2012, p. 11). À vista disso, Kunsch (2003), esclarece a comunicação organizacional da seguinte forma:

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 [...] compreende dessa forma a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. (KUNSCH, 2003, p.149-150)

As quatro formas de comunicação formam o *mix* ou composto da comunicação organizacional e são empregadas com o intuito de se manter uma comunicação integrada, buscando a convergência dessas modalidades nas organizações, isto é, quando inseridas em uma organização todas precisam ser utilizadas de forma harmônica, assim trarão resultados positivos se amparados a utilização de estratégias (KUNSCH, 2003). Para reforçar a comunicação integrada aplicada à comunicação organizacional, entende-se que:

É uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna, comunicação administrativa e da comunicação organizacional. Esta deve constituir uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças e das peculiaridades de cada área e das respectivas subáreas. A convergência de todas as atividades, com base numa política global, claramente definida, e nos objetivos gerais da organização, possibilitará ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas na eficácia. (KUNSCH, 2003, p. 150).

Farias (2009, p. 55) reforça ainda o ponto de vista de Kunsch (2003), ao descrever que “o conceito de “comunicação integrada”, defendida pela autora partiria, assim, de uma visão na qual a comunicação organizacional tem o papel de pilar das pontes que reúnem os diferentes pensares e fazeres comunicacionais ligados à organização”.

Kunsch (2017) também considera que existem duas áreas fundamentais para dirigir a comunicação organizacional, são elas, as relações públicas que tomam como responsabilidade a parte de comunicação institucional, da comunicação interna e da comunicação organizacional e o *marketing* que assume toda a comunicação mercadológica, atuando na parte de vendas e na promoção dos produtos e serviços da organização.

É notório que a comunicação organizacional não funciona de forma isolada, mas sim, integrada às áreas/subáreas que apresentam em seus objetivos a comunicação em diferentes contextos. Oliveira (2015) destaca que a comunicação organizacional deve ser compreendida como parte de um campo da comunicação que considera interações humanizadas e está integrada em outras partes/áreas de conhecimento. Kunsch (2006) acredita que a comunicação organizacional assegura a integração de diferentes subáreas da comunicação social.

Oliveira (2007, p. 224) reforça que a comunicação organizacional é “a ação estratégica de uma organização, elaborada com base no diagnóstico global e em uma visão geral da organização, levando-se em consideração o processo de relacionamento entre a organização e seus públicos, individual ou simultaneamente”.

A comunicação organizacional pode ser vista como uma função estratégica que abarca diversas formas e procedimentos em seu campo de atuação, “a noção de estratégia, quando vinculada ao contexto da comunicação organizacional, refere-se, principalmente, às questões de planejamento que objetivam minimizar as incertezas no universo das organizações” (LIMA; ABBUD, 2015, p.9).

Portanto, a busca em compreender o processo de relacionamento que ocorre entre a organização e os públicos que a integram é priorizar uma comunicação inerente à utilização do planejamento e de estratégias que possam torná-lo mais eficaz. Kunsch (2009) apregoa que o processo de mediação entre público-organização acontece por meio da comunicação, os meios para o qual se busca alcançar o êxito são fornecidos pela comunicação organizacional de forma teórica.

Bueno (2005) defende a comunicação organizacional em uma perspectiva teórica, em que é priorizado os processos relacionais e informacionais, a atuação

desse campo nas organizações acontece por meio das políticas estabelecidas por estas em consonância ao planejamento. Com o intuito de clarificar o entendimento na relação existente entre relações públicas e comunicação organizacional, é válido descrever que a primeira trata dos processos relacionais existentes entre as organizações e os públicos que a integram como explicado anteriormente, enquanto a segunda coordena tanto os fluxos relacionais quanto os informacionais, o processo de efetivação acontece por meio das atividades de relações públicas.

Diante disso, é importante compreendermos as organizações como sistemas vivos, já que a participação dos públicos no ambiente organizacional é precíua para o alcance dos objetivos estabelecidos, dessa forma é indispensável que seja levado em consideração que “as organizações são criações humanas geradas para produzir bem-estar na sociedade e para satisfazer as necessidades das pessoas e grupos que habitam o mundo social” (KUNSCH, 2009, p. 96).

Pode-se dizer que a comunicação organizacional apresenta em seus objetivos a preocupação com a perspectiva do ser humano dentro e fora das organizações, uma vez que são esses públicos que ditarão a futura realidade da organização no mercado. Para Lima e Abbud (2015), a comunicação organizacional precisa atender a diversidade de pessoas que estão presentes no ambiente organizacional, pois cada uma delas possuem diferentes necessidades e principalmente apresentam culturas distintas, valores e expectativas, portanto, estão propensas a mudanças.

Maia e Oliveira (2020, p. 3) ao realizarem uma pesquisa voltada para a relação de interdependência das áreas afirmam que, “a comunicação organizacional trata da comunicação nas organizações e de todo contexto do seu funcionamento, as relações públicas tratam dos relacionamentos que interferem de alguma forma nas decisões das organizações”, pode-se esclarecer que as mesmas são independentes, mas caminham de forma adjacente, uma vez que podem se complementar, enquanto a comunicação organizacional apresenta um caráter estratégico, as relações públicas efetivam todo o processo (BUENO, 2009).

Além disso, a ideia de imbricação também pode ser oportuna, já que a relação das áreas é semelhante, todavia, estas possuem conceituações próprias e são independentes, mesmo que os públicos e as organizações sejam elementos

fundamentais para a execução dos seus processos (MAIA; OLIVEIRA, 2020). Percebe-se a confluência entre as áreas, visto que elas se complementam, anulando o conceito de hegemonia entre elas.

As relações públicas têm como objeto de estudo as organizações e seus públicos. Esse processo mediador só ocorre por meio da comunicação – contexto no qual a comunicação organizacional fornece subsídios teóricos para fundamentar a administração dos relacionamentos entre organização e públicos. (KUNSCH, 2009, p. 115).

Diante das perspectivas expostas, pensar em uma comunicação organizacional separada das relações públicas é ser renitente, uma vez que, para ser possível alcançar uma comunicação eficaz tanto no ambiente interno, como no externo das organizações é necessário que as duas áreas sejam utilizadas de forma sinérgica, visando sempre o êxito nos processos, portanto, a interface entre estas é existente.

## **2. CAPÍTULO 2**

### **2.1 Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- (Abrapcorp)**

A Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas constituiu-se no ano de 2006 com o objetivo de fomentar a realização de pesquisas voltadas a comunicação organizacional e as relações públicas, é vinculada à Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), criada em setembro de 2008, tem como integrantes professores de graduação e pós-graduação e conta com mais de 200 associados.

De acordo com Kunsch (2009), a Abrapcorp trouxe boas possibilidades para as áreas de relações públicas e comunicação organizacional, aguçando a pesquisa e a integração dos profissionais que visam melhorar o entendimento sobre e aperfeiçoá-las, uma vez que “um novo capítulo foi acrescentado na história desses campos no Brasil” (KUNSCH, 2009, p. 129).

Anualmente, a Abrapcorp realiza congressos que buscam divulgar pesquisas científicas com os principais pesquisadores das áreas de comunicação organizacional e relações públicas, compartilhando conhecimento e incentivando o debate entre a academia e o mercado profissional, contribuindo para que os estudos científicos avancem e prosperem.

É importante que seja ressaltado o principal objetivo da pesquisa em Analisar a perspectiva teórica estabelecida pelos autores sobre as relações públicas e a comunicação organizacional, a partir das publicações científicas nos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Abrapcorp, no período de 2008 a 2018.

### **2.2 Procedimento metodológico**

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa no *site* da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) com o intuito de identificar aos artigos científicos que continham em suas palavras-

chave “relações-públicas” e “comunicação-organizacional”. Após a identificação dos artigos, realizou-se uma análise para compreender e apresentar para o leitor a perspectiva dos autores das publicações quanto as relações públicas e a comunicação organizacional.

Diante disso, a metodologia utilizada pode ser considerada como exploratória, descritiva e explicativa, já que buscou-se compreender as principais teorias definidas pelos autores da Abrapcorp, ou seja, como as relações públicas e a comunicação organizacional foram percebidas durante o período analisado.

A pesquisa exploratória foi necessária para que houvesse a compreensão das definições abordadas em relações públicas e comunicação organizacional pelos autores dos artigos publicados. Para Gil (2008), as pesquisas exploratórias visam esclarecer ou modificar conceitos e ideias dando a possibilidade para que determinada pesquisa possa ter continuidade, permitindo que o leitor se familiarize acerca dos fatos. Nesse sentido a coleta de dados foi amparada no método bibliográfico, uma vez que para que o embasamento teórico ocorreu a utilização de material acessível em livros, artigos e *sites* que proporcionaram assuntos relevantes a temática estudada.

Para a pesquisa descritiva, foi apresentado as principais peculiaridades do campo das relações públicas e da comunicação organizacional para em seguida analisá-las nas perspectivas dos autores da Abrapcorp, se os mesmos apontam alguma relação entre as áreas, já que a principal finalidade desse tipo de pesquisa é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p. 28).

No decorrer da pesquisa, foi retratado por meio da pesquisa explicativa, como as relações públicas e a comunicação organizacional estão relacionadas, se existe alguma relação de interdependência entre elas, para isso, foi imprescindível que todos os artigos publicados no período definido fossem minuciosamente analisados.

## 2.3 Etapas da pesquisa

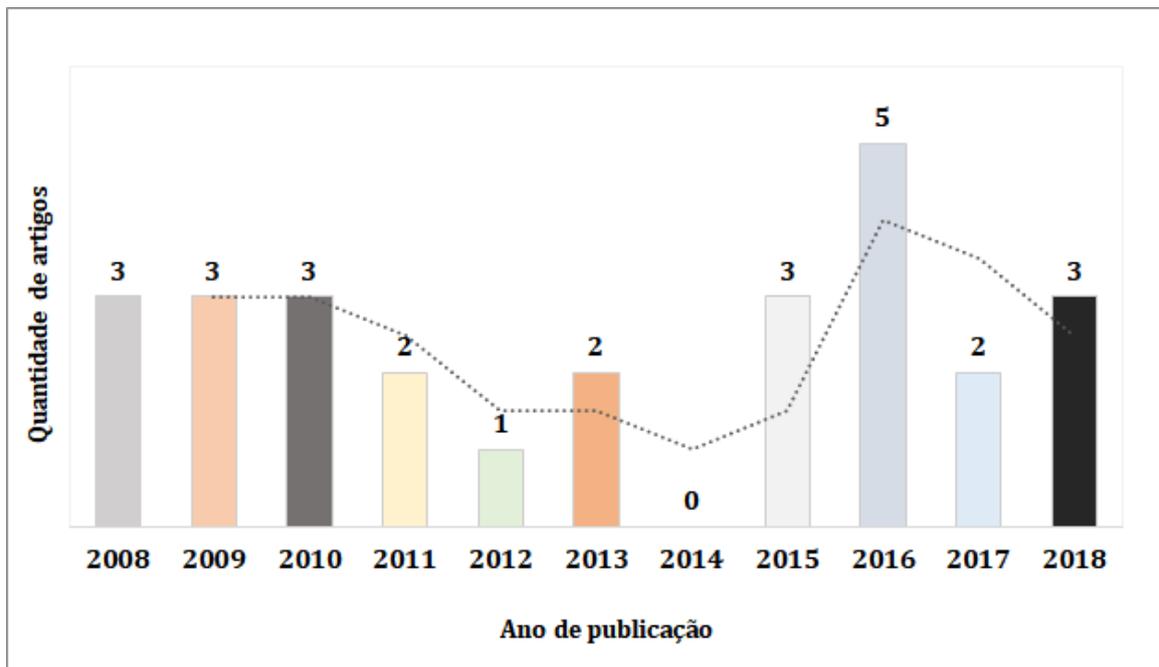
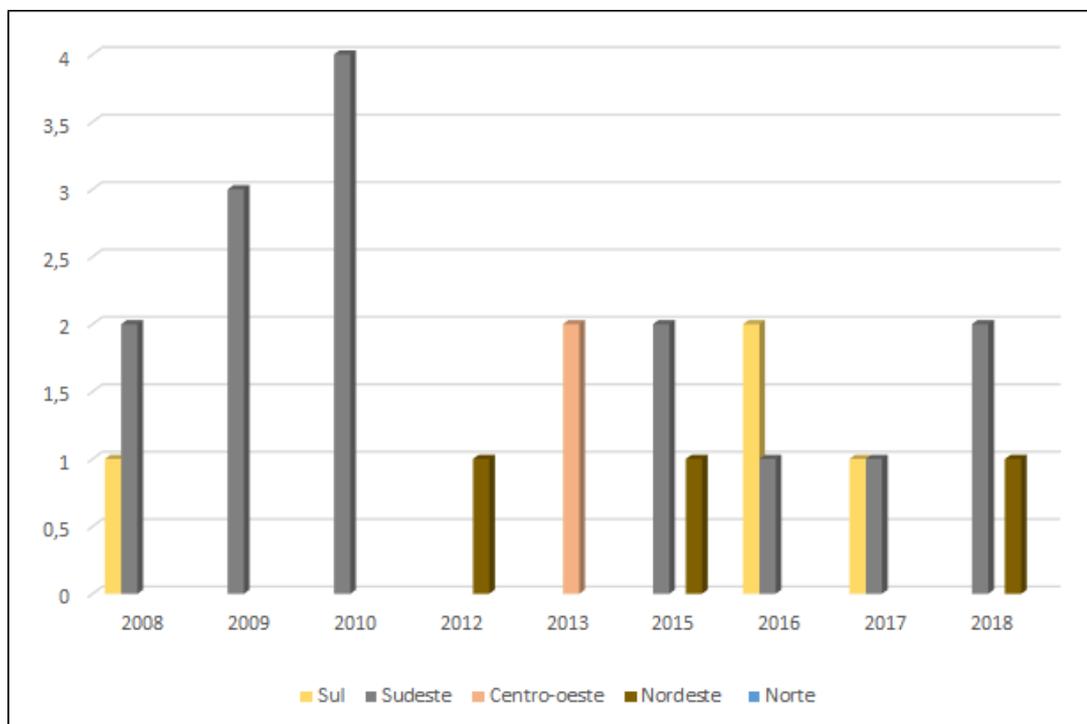


Gráfico 1 - Artigos publicados no da Abrapcorp no período de 2008 a 2018

Conforme o primeiro gráfico, que configura o êxito quanto ao primeiro objetivo específico da pesquisa, temos a quantidade dos artigos publicados no período de 2008 a 2018, no total foram identificados 27 trabalhos que continham “relações-públicas” e “comunicação-organizacional” em suas palavras-chave.

Nota-se de que 2008 a 2010, sequencialmente, foram publicados somente 3 (três) artigos e com a mesma quantidade temos os anos de 2015 e 2018. Em 2011, 2013 e 2017 houve apenas duas publicações, em contrapartida, os anos de 2012 e 2014 apresentaram uma grande baixa nas publicações, no primeiro ano somente 1 (um) artigo divulgado e no segundo ano não houve publicação. O ano de 2016 pode ser considerado o mais abundante, isso porque foram publicados 5 (cinco) trabalhos em que se contemplavam as relações públicas e a comunicação organizacional em suas palavras-chave.

Julgou-se pertinente elaborar um gráfico com as regiões dos autores dos artigos publicados nos anais da Abrapcorp com o intuito de identificar quais regiões brasileiras tiveram maior representatividade.



**Gráfico 2 - Representatividade geográfica dos autores das publicações nos Anais da Abrapcorp**

Observa-se que a região Sudeste possui uma grande representação em relação as demais regiões dos autores produções acadêmicas, pois só não teve artigos publicados nos anais da Abrapcorp nos anos de 2012 e 2013, o que demonstra um grande interesse por parte dos pesquisadores em temáticas relacionadas as relações públicas e a comunicação organizacional, embora o número de publicações seja inferior, as regiões Sul, Centro Oeste e Nordeste também foram representadas, entretanto, percebe-se que a região norte não teve representação no período analisado.

## **2.4 Artigos publicados**

Com intuito de aprofundar a pesquisa e torná-la o mais compreensível possível, foi elaborada uma planilha anual, de 2008 a 2018, contendo a **quantidade dos artigos** publicados nos anais da Abrapcorp, o **título** apresentado, **autores**, **palavras-**

**chave** contidas, o **objetivo**, o **referencial teórico** utilizado e os **resultados** da pesquisa. Espera-se, que desse modo, o leitor possa ter uma visão célere de cada trabalho e seu propósito.

**Figura 1 – Logomarca do congresso realizado em 2008**



Fonte: Abrapcorp

Em 2008 foi realizado o II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas com o tema **Comunicação, Sustentabilidade e Organizações**, na época, o evento aconteceu nos dias 28 a 30 de abril em Belo Horizonte- Minas Gerais. No total, foram identificados três (3) publicações contendo em suas palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2008					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Reflexões sobre uma nova proposta de classificação da comunicação e de suas áreas  Fábio França Maria Aparecida Ferrari	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Sistema de Comunicação; Opinião Públicas.	Propor uma nova classificação da comunicação e de suas áreas utilizando o exemplo clássico da árvore para distribuição e classificação de classe e subclasse.	BRANDÃO, Elizabeth Pazito CASALI, A. M DUARTE, Jorge; VERAS, Lúcia FRANÇA, Fábio GRUNIG, James OLIVEIRA, Maria José C. TAYLOR, James THOMPSON J. B.	A comunicação deve ser considerada como a grande área (gênero superior), pois é a partir dela que é possível identificar suas subáreas como: a comunicação organizacional e as relações públicas, portanto, deve-se levar em consideração a hierarquização em cada processo para que não haja distorções em suas interfaces.
2	Gestão estratégica da comunicação organizacional pelo profissional de Relações Públicas  Larissa Conceição dos Santos Maria Ivete Trevisan Fossá	Gestão estratégica; Comunicação organizacional; Relações Públicas.	Buscar subsídios para apresentar o profissional de Relações Públicas com perfil adequado para desempenhar a função de gestor da comunicação organizacional.	FLEURY, Maria Tereza Leme FORTES, Waldyr Gutierrez GRUNIG, James E. KUNSCH, Margarida Maria Krohling MOURA, Cláudia Peixoto OLIVEIRA, Ivone SIMÕES, Roberto Porto TORQUATO, Gaudêncio do Rego VIEIRA, Roberto Fonseca NEVES, Roberto de Castro	O profissional de relações públicas pode ser considerado apto para exercer a função de gerenciamento da comunicação organizacional, embora ainda exista um longo caminho a ser percorrido em relação ao reconhecimento desse profissional junto a alta cúpula das organizações.
3	Blogs de empresas: a bola da vez da comunicação corporativa digital?  Carolina Frazon Terra	Blogs; Comunicação digital; Relações públicas; Comunicação Organizacional.	Questionar se os blogs empresariais são modismos ou tendência na comunicação corporativa digital da atualidade.	TERRA, Carolina Frazon	Dentre as tecnologias que são utilizadas pelas relações públicas os blog's são vistos como uma ferramenta de comunicação desse profissional. Muitos o consideram um modismo, porém, esse meio digital pode proporcionar uma interatividade instantânea com os públicos de interesses das organizações e apresentar resultados positivos se administrados da forma correta.

**Quadro 1 - Artigos publicados no ano de 2008**

Figura 2 – Logomarca do congresso realizado em 2009



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2009 o III Congresso foi realizado em São Paulo, de 28 a 30 de abril, com o tema central: **Comunicação, Humanização e Organizações**, sendo identificado três (3) artigos científicos com as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2009					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Fundamentos e Tendências da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas no Terceiro Setor  Cicilia M. Krohling Peruzzo	Comunicação Organizacional; Relações Públicas Comunitárias; Movimentos Sociais; Terceiro Setor; Cidadania.	Identificar tendências e compreender suas especificidades quando realizadas na perspectiva da transformação social e no exercício da cidadania.	KUNSCH, Margarida Maria PERUZZO, Cicilia M. K MAFRA, R. MURADE, José Felício G OLIVEIRA, F. R. M TORQUATO, G. CÉSAR, R. C.	A fundamentação teórica da comunicação organizacional e das relações públicas para o setor privado e público não pode ser transferido e utilizado para as organizações sem fins lucrativos, isto porque, espera-se que nas ONG's seja priorizado o relacionamento humano, a cidadania e a democratização, buscando transformações positivas para a sociedade de modo geral.
2	Uma análise reflexiva sobre o projeto: "As dimensões humana, instrumental e estratégica da comunicação organizacional: um estudo teórico e aplicado"  Carolina Ferreira Vasconcellos Kelly Hellen Bastos	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Iniciação Científica; Dimensões humana, instrumental e estratégica.	Descobrir como as dimensões humana, instrumental e estratégica estão presentes nas práticas cotidianas da comunicação nas organizações.	BUENO, Wilson, da Costa DORNELLES, Souvenir Maria FRANÇA, Fábio KUNSCH, Margarida Maria	Constata-se que a dimensão instrumental não predomina o campo da produção acadêmica da área de relações públicas e comunicação organizacional. A dimensão humana vem ganhando espaço juntamente com a dimensão estratégica, pois estão diretamente ligadas.
3	Usuário-Mídia: o quinto poder. Um estudo sobre as influências do internauta na comunicação organizacional  Carolina Frazon Terra	Comunicação organizacional; Relações públicas; Redes sociais <i>online</i> ; Usuário-mídia Quinto poder.	Compreender como acontecem as relações entre as mídias sociais ( <i>blogs, twitter, orkut</i> , etc.) com a comunicação organizacional sendo responsável pela administração da imagem das organizações.	CASTELLS, Manuel COUTINHO, Marcelo RECUERO, Raquel TERRA, Carolina Frazon	A atuação do usuário-mídia nas redes sociais cresce de forma rápida e consequentemente, os chamados formadores de opinião, tornam-se mais exigentes, fazendo com que as organizações se preocupem muito mais com a imagem e busquem estratégias para manter o relacionamento com esses públicos, visando o crescimento nos negócios.

Quadro 2 - Artigos publicados no ano de 2009

Figura 3 – Logomarca do congresso realizado em 2010



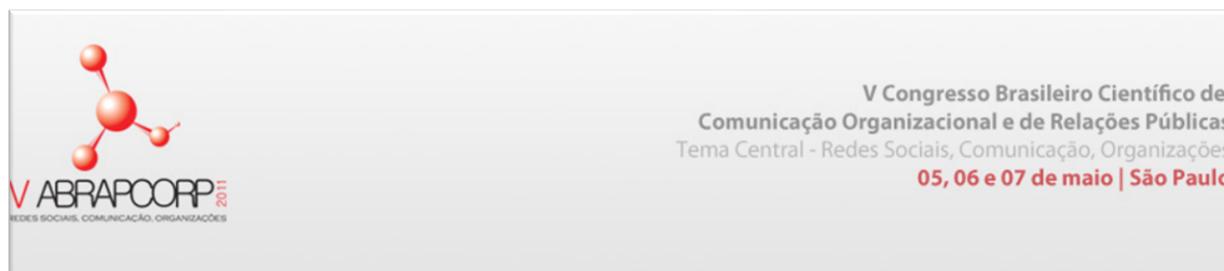
Fonte: Abrapcorp

No ano de 2010, a Abrapcorp apresentou o seu IV Congresso Científico, com o debate, **A Comunicação Pública: interesses públicos e privados**, que ocorreu nos dias 20, 21 e 22 de maio, em Porto Alegre. Identificou-se três (3) artigos apresentados com as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2010					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Perspectivas conceituais em Relações Públicas e Comunicação Organizacional, a partir da análise da relação entre empresas, comunidades e organizações do terceiro setor  Fábia Pereira Lima	Comunicação Organizacional; Diálogo Social; Epistemologia; Relações Públicas.	Analisar as discussões epistemológicas sobre Relações Públicas e Comunicação Organizacional demonstrando o relacionamento entre comunidades e empresas na contemporaneidade.	ANDRADE, Cândido Teobaldo BARROS FILHO, Clovis de CASALI, Adriana M TAYLOR, James R FRANÇA, Vera R. V GRUNIG, James E KUNSCH, Margarida Maria OLIVEIRA, Ivone de L PERUZZO, Cíclia M. K QUERÉ, Louis	Quanto as perspectivas conceituais das relações públicas e da comunicação organizacional pode-se dizer que ambas estão mais interessadas no processo de gestão da comunicação nas organizações do que na sua compreensão em si, embora seja necessário instigar pesquisas voltadas para os encontros comunicacionais entre os públicos de interesse.
2	Um estudo bibliométrico das teses e dissertações na área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional  Alvaro Marinho Marques Nathália Pereira Guerra Simões	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Teses; Dissertações; Bibliometria.	Analisar o desenvolvimento do campo acadêmico na área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional no período de 1970 a 2009 nos programas de pós-graduação das principais instituições do país.	ANDRADE, Anna Paula Muniz BUENO, Wilson, da Costa KUNSCH, Margarida Maria	Percebe-se um grande avanço quanto os trabalhos acadêmicos nas áreas de relações públicas e comunicação organizacional, antes notava-se que a temática era voltada para uma dimensão mais instrumental e com o passar dos anos as dimensões humana e estratégica começaram a ganhar voz, surgindo pesquisas direcionadas para o bem estar do colaborador e qualidade de vida no trabalho.
3	Ética Organizacional e Relacionamentos: resultados de um estudo exploratório  Zilda Aparecida Freitas Sidnéia Gomes Freitas	Ética Organizacional; Relações Públicas; Relacionamentos; Comunicação Organizacional; Diálogo.	Apresentar os resultados de uma pesquisa exploratória envolvendo como tema ética organizacional com análise de pressupostos definidos em tese de doutoramento.	FERRARI, Maria Aparecida FRANÇA, Fábio GRUNIG, James	Compreende-se que as organizações estão repletas de oportunidades para os profissionais de relações públicas e da comunicação organizacional, no entanto, é imprescindível que estes demonstrem capacidade para trazer resultados positivos por meio de ações estratégicas, além de que, as mudanças éticas organizacionais precisam ser realmente implementadas e verdadeiras.

Quadro 3 - Artigos publicados no ano de 2010

Figura 4 – Logomarca do congresso realizado em 2011



Fonte: Abrapcorp

O V Congresso da Abrapcorp aconteceu no ano de 2011, no estado de São Paulo, no período de 05 a 07 de maio, com o tema: **Redes Sociais, Comunicação e Organizações**, foram encontrados somente dois (2) artigos contendo respectivamente as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2011					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Comunicação e memória organizacional: o poder da contação de histórias  Rodrigo Silveira Cogo Paulo Nassar	Comunicação organizacional; Relações públicas; Memória organizacional; Narrativa organizacional; <i>Storytelling</i> .	Mostrar que o resgate histórico, através da contação de história ou <i>storytelling</i> , pode conformar-se em uma narrativa que considera o ponto de vista dos públicos num formato atrativo e de repercussão, dando visibilidade à mensagem oficial mesmo em tempos de diversidade de fontes emissoras.	HALLIDAY, Tereza MARTINS, Marta NASSAR, Paulo PINTO, Júlio Pimentel TORQUATO, Gaudêncio ZUMTHOR, Paul	O storyline ou contação de histórias está presente no meio social das organizações, visto isso, é certo de que estratégias sejam implementadas com o propósito de incentivar o relacionamento entre os públicos envolvidos no ambiente interno, ultrapassando a linha de produção, incentivando o vínculo humano.
2	O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas  Carolina Frazon Terra	Usuários de mídia social; Mídias sociais; Redes sociais <i>online</i> ; Comunicação organizacional; Relações públicas.	Entender como os usuários de mídias sociais vêm a atuação das organizações nas mídias sociais, em que momentos se relacionam com estas, que boas práticas apontam e que finalidades de uso são as mais comuns de acordo com a sondagem eletrônica exclusiva para Abrapcorp 2011 feita entre os dias 26 e 31/01/2011.	BARICHELLO, Eugenia M. M. da Rocha COUTINHO, Marcelo SAAD CORRÉA, Elisabeth	As mídias sociais são ferramentas poderosas para as organizações, isso porque aproximam de forma imediata os públicos de interesse, entretanto, vale ressaltar que para se alcançar o êxito com essas ações estratégicas no meio digital é necessário ter pessoas qualificadas para assumir as responsabilidades, o profissional de relações públicas e de comunicação organizacional estão áptos para assumir a incumbência.

Quadro 4 - Artigos publicados no ano de 2011

Figura 5 – Logomarca do congresso realizado em 2012



Fonte: Abrapcorp

Em 2012, foi realizado o VI Congresso nacional, sediado em São Luís do Maranhão, realizado no período de 26 a 28 de abril com o tema: **Comunicação, Discurso, Organizações**, somente um (1) artigo foi identificado com as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2012					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	A Produção Acadêmica da Comunicação Acerca da Sustentabilidade: estudo de papers sobre sobre sustentabilidade apresentados nos congressos da Abrapcorp  Bruna Trochin Gallo	Relações Públicas; Sustentabilidade; Produção acadêmica; Responsabilidade Social; Comunicação Organizacional.	Entender a produção acadêmica da comunicação acerca da sustentabilidade.	FERRARI, M. A GRUNIG, J. E. KUNSCH, M. M. K.	Concluiu-se que a comunicação relacionada a sustentabilidade é percebida como um suporte e que a aproximação do mercado profissional com a academia deve ser mais efetiva para que ambos possam suprir as necessidades no processo comunicacional com os públicos.

Quadro 5 -Artigos publicados no ano de 2012

Figura 6 – Logomarca do congresso realizado em 2013



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2013, o VII Congresso nacional foi realizado em Brasília nos dias 15 a 17 de maio, com o tema central: **Teorias e Métodos de Pesquisa: Entre e a Tradição e Inovação**. Foram identificados somente dois artigos que contemplavam as relações públicas e a comunicação organizacional em suas palavras-chave.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2013					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Capital Científico da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: áreas e obras que mais influenciam os dois campos  Camila Azeredo Nayane Patrícia de Oliveira Raphael Sandes de Oliveira	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Capital Científico; Bibliometria.	Apontar pistas sobre o perfil da produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil.	CASALI, Adriana KUNSCH, Margarida OLIVEIRA, Ivone de Lourdes SANTAELLA, Lúcia.	Por meio de um estudo bibliométrico, foi possível identificar nas produções científicas de comunicação organizacional e relações públicas uma vocação mais qualitativa e que as obras de Margarida Kunsch são mais presentes do que dos demais autores da comunicação, além de que, as revistas científicas mais procuradas são: o <i>Organicom</i> , <i>Comunicação e Sociedade</i> , já em relação aos congressos estão o <i>Intercom</i> , a <i>Abrapecorp</i> e <i>Alaic</i> .
2	A Comunicação Interna nas Organizações sob a Perspectiva das Representações Sociais  Samira Virginia de França Claudomilson Fernandes Braga	Comunicação organizacional; Relações Públicas; Comunicação interna; Representações sociais; Técnica de evocações livres.	Apresentar resultados de uma monografia de cunho teórico-empírico sobre as contribuições da teoria das representações sociais para a compreensão da chamada comunicação interna.	CURVELLO, João José de Azevedo PERUZZOLO, Adair Caetano SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade	Nos resultados observados, compreende-se que para alcançar a eficácia na comunicação interna é necessário que seja levado em consideração a diferença entre comunicar e transmitir, além do que, as questões psicossociais dos públicos internos devem ser a base para que esse processo flua de forma harmônica e humanizada.

**Quadro 6 - Artigos publicados no ano de 2013**

**Figura 7 – Logomarca do congresso realizado em 2015**



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2015, a Abrapcorp realizou o IX Congresso nacional de relações públicas e comunicação organizacional com o tema **Comunicação, Governança e Organizações**, o evento ocorreu no período de 13 a 15 de maio, em São Paulo. Dentre os artigos publicados, somente três (3) contemplavam em suas palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2015					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Um olhar sobre comunicação e relacionamentos estratégicos a partir da teoria ator-rede  Marcello Chamusca Márcia Carvalho	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Teoria Ator-Rede.	Trazer um olhar diferenciado e até certo ponto vanguardista de um pensar estratégico da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas, enquanto processos administrativo e comunicacional, a partir da Teoria Ator-Rede.	CHAMUSCA, Marcelo FOUCAULT, Michel LATOURE, Bruno SIMÕES, Roberto Porto	Os relacionamentos existentes no ambiente organizacional e o processo de comunicação que ocorre entre eles podem ser considerados como redes heterogêneas, uma vez que a tecnologia traz uma complexidade que precisa ser pensada e trabalhada estrategicamente para suprir as necessidades sociais e econômicas das organizações.
2	A norma reputacional na contemporaneidade: A experiência dialógica em audiência pública, os sujeitos coletivos e ação dos direitos comuns  Ana Lúcia de Alcântara Oshiro Lara Macedo Pascom	Reputação; Norma Organizacional; Diálogo Organizacional; Comunicação Organizacional; Relações Públicas.	Abordar sobre a reputação sob a égide humanista da virtude aristotélica e da perspectiva do sujeito coletivo, integrando os campos do Direito, da Filosofia e da Comunicação Organizacional.	CASTELLS, Manuel FOUCAULT, Michel PEREIRA, Costa, Murad e Ambrósio SIMÕES, Roberto Porto	De acordo com os argumentos apresentados, entende-se que a busca por uma comunicação integrada entre a área do direito, da filosofia e da comunicação organizacional possibilitou ações de melhorias quanto ao ensino de educação infantil no município de São Paulo, dentre elas, a criação de 105 mil novas vagas de creches que beneficiaram diversas famílias.
3	Tudo em tempo real: Estamos vivendo a era das Relações Públicas do imediatismo?  Carolina Frazon Terra	Comunicação Organizacional; Relações Públicas Digitais; Tempo real; Mídias sociais; Memes.	Analisar como as características de tempo real, imediatismo e memes afetam a dinâmica das atividades de Relações Públicas e Comunicação Organizacional.	BAUMAN, Zygmunt RECUERO, Raquel SAAD CORRÊA, Elizabeth N SCROFERNEKER, Cleusa M. A. TERRA, Carolina F	O relacionamento no ambiente digital faz parte da era do imediatismo, já que o processo de comunicação nas organizações não mais se restringe ao ambiente físico, portanto, o planejamento estratégico realizado previamente para tratar dos assuntos organizacionais nas mídias sociais tornou-se imprescindível nas atividades realizadas pelo profissional de relações públicas.

Quadro 7 - Artigos publicados no ano de 2015

Figura 8 – Logomarca do congresso realizado em 2016



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2016, o tema central do X Congresso nacional da Abrapcorp foi **Comunicação, Economia Criativa e Organizações**, a Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo sediou o evento nos dias 17 a 20 de maio, foram identificadas cinco (5) publicações com relações públicas e comunicação organizacional em suas palavras-chave.

## Quadro 8 - Artigos publicados no ano de 2016

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2016					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Comunicação ambiental e relações públicas: ensaio teórico  Vivian Paes Barretto Smith	Comunicação Ambiental; Relações Públicas; Comunicação no contexto Organizacional; Participação Pública; Comunicação Empresarial.	Apresentar a emergente área da Comunicação Ambiental por meio de um ensaio teórico em que são destacadas reflexões sobre o papel das relações públicas nesse contexto.	FRANÇA, Fábio KUNSCH, Margarida	O profissional de relações públicas tem um importante papel em relação a educação ambiental nas organizações, esse profissional deve ter o domínio aos assuntos que envolvam o homem e a natureza, pois precisa aliar a comunicação com vista a conscientização dos públicos e da sociedade de modo geral.
2	A admissão do outro e comunicação intercultural: Pressuposto para a criatividade e a responsabilidade organizacional  Stefânia Costa Karla M. Muller	Identidade; Admissão; Interculturalidade; Relações Públicas; Comunicação Organizacional.	Aliar as percepções sobre alteridade/diversidade/enriquecimento mútuo às perspectivas atualmente mostradas como as mais responsáveis e criativas para a comunicação organizacional.	BALDISSERA, Rudimar GRUNIG, James	Em relação a comunicação e a diversidade, pondera-se que ainda é necessário uma evolução para que o preconceito presente no ambiente organizacional e na sociedade de modo geral seja desaprovado e excluído por todos. Observa-se a importância e responsabilidade da conscientização desses atos no ambiente interno e externo, o profissional de relações públicas possui um importante papel na construção dessa evolução na comunidade organizacional.
3	Como os públicos pensam? Definições e reflexões das Relações Públicas e da teoria das representações sociais  Alessandra Glerian	Relações Públicas; Teoria das representações sociais; Comunicação organizacional; Públicos.	Aproximar as discussões relativas a públicos e à formação do pensamento social oriundas, respectivamente, das Relações Públicas e da teoria das Representações Sociais da Psicologia Social.	ANDRADE, Cândido Teobaldo RUDIMAR, Baldissera KUNSCH, Margarida FORTES, Waldyr FRANÇA, Fábio GRUNIG, James LESLEY, Philip SIMÕES, Roberto Porto WEY, Hebe	A comunicação organizacional aliada as relações públicas têm um importante desafio para compreender o meio social nas organizações e, principalmente, planejar estrategicamente ações que visem a melhoria contínua dos relacionamentos com seus públicos de interesse, levando em consideração fatores culturais, pessoais e diferentes percepções.
4	Comunicação e empreendedorismo: A inserção de práticas empreendedoras nas organizações  Camila Ferreira Khoury	Empreendedorismo; Empreendedorismo corporativo; Inovação; Comunicação organizacional; Relações públicas.	Estudar o papel da comunicação e das relações públicas em organizações que, adequando-se às demandas sociais, econômicas e de mercado, adotam o empreendedorismo como parte de sua cultura.	CURVELLO, João José KUNSCH, Margarida TORQUATO DO REGO, F. G	A processo comunicacional quando utilizado de forma estratégica no ambiente interno e externo das organizações proporciona ações inovadoras, concretizando projetos de empreendedorismo, esses resultados são possíveis a partir da aproximação da comunicação organizacional e das relações públicas que atuam com o objetivo de priorizar o relacionamento entre os públicos de interesses e as organizações.
5	Mudança organizacional e Relações Públicas: Um estudo de caso sobre consultoria organizacional  Débora Maria Facci Cardoso Victória Paludetto Catarino Claudia Nociolini Rebechi	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Mudança Organizacional; Consultoria Empresarial; Cultura Organizacional.	Verificar a importância da atuação das relações públicas no processo de mudança organizacional, aplicada por meio da consultoria empresarial.	FRANÇA, Fábio KUNSCH, Margarida MARCHIORI, Marlene MOTTA, Paulo Roberto OLIVEIRA, Ivone de Lourdes PINTO, Julio	A comunicação é inerente às organizações, uma vez que possibilita a criação de relacionamentos eficazes com os públicos que as compõem, portanto, a mudança no ambiente organizacional é efetivada a partir do reconhecimento da cultura desses indivíduos e esse processo é firmado por meio da comunicação normativa, relacional e processual. Dessa forma, é válido ressaltar o papel do profissional de relações públicas que atua como consultor empresarial, sendo responsável pela criação e implementação de ações estratégicas que consolidam a mudança organizacional.

Figura 9 – Logomarca do congresso realizado em 2017



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2017, o Congresso nacional foi realizado em Belo Horizonte entre os dias 15 e 19 de maio, o evento teve como tema **Comunicação e Poder Organizacional: enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos**, foram identificados dois (2) trabalhos científicos com as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2017					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	A cultura da informação nos ambientes organizacionais: Uma proposta de leitura sistêmica do ensino de comunicação  Larissa Bortoluzzi Rigo Marcelo de Barros Tavares	Comunicação Organizacional; Cultura da informação; Ensino da comunicação; Jornalismo; Relações Públicas.	Compreender como as práticas compartilhadas informacionais, presentes nas organizações, induzem novas formas de comunicação e a construção do conhecimento profissionais de jornalistas e relações públicas.	BALDISSERA, R. FREITAS, S. G. IASBECK, L. C. KUNSCH, Margarida	As organizações atuam em sistemas abertos e fechados, está prática contribui para a formação dos profissionais de jornalismo e relações públicas. É importante frisar que a academia não trabalha somente com o lado educativo desses sujeitos, mas também com a formação de profissionais que saibam lidar com o ambiente corporativo, pois essa vivência altera diretamente na formação inicial obtida na comunidade acadêmica.
2	A influência da comunicação organizacional e da cultura nacional no processo de internacionalização de multinacionais brasileiras  Denise Pragana Videira	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Gestão à Brasileira; Internacionalização; Interculturalidade.	Entender se o estilo brasileiro de administrar e os processos de comunicação adotados influenciam de forma positiva (lado sol) ou negativa (lado sombra) a atuação dessas empresas como <i>players</i> globais.	DUARTE, Jorge GRUNIG, J. E.	A cultura brasileira e o processo de comunicação que estão presentes no ambiente organizacional das multinacionais apresentam resultados positivos, uma vez que o estilo brasileiro de administrar o processo comunicacional contribui de modo que estas atuem em nível global com as organizações concorrentes.

Quadro 9 - Artigos publicados no ano de 2017

Figura 10 – Logomarca do congresso realizado em 2018



Fonte: Abrapcorp

No ano de 2018, a temática abordada pelo XII congresso nacional foi **Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Contexto das Diversidades**, o evento ocorreu nos dias 14 e 18 de maio, em Goiânia. Foram identificadas três (3) publicações com as palavras-chave relações públicas e comunicação organizacional.

ARTIGOS PUBLICADOS EM 2018					
ARTIGO	TÍTULO/ AUTORES	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVO	REFERENCIAL TEÓRICO	RESULTADOS
1	Institucionalização e matriz epistemológica: Por uma história social do campo científico da comunicação organizacional e relações públicas  Talles Rangel Rodrigues	História social; Comunicação organizacional; Relações Públicas; Epistemologia.	Compreender como o tempo histórico reverberou tanto na institucionalização do campo científico da comunicação organizacional e relações públicas como nas práticas já institucionalizadas.	GRUNIG, James KUNSCH, Margarida LOPES, Maria Immacolata Vassalo de	Nos resultados observados, percebe-se a falta de continuidade dos pesquisadores em relação a temáticas relacionadas aos públicos e as organizações, em vista disso, faz-se necessário reformular pesquisas e incentivar estudos acadêmicos que busquem a compreensão desses temas, esclarecendo ações tomadas no ambiente organizacional.
2	Diversidade como determinante na cultura e na comunicação para promover a inovação em multinacionais brasileiras  Leila Gasparino	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Cultura de Inovação; Diversidade.	Ampliar a compreensão do papel que a gestão da comunicação e a diversidade tem no estabelecimento de uma cultura voltada à inovação em empresas brasileiras.	GRUNIG, James FERRARI, Maria Aparecida	A implementação da inovação nos objetivos organizacionais dependem da cultura e do processo de gestão da comunicação. Pode-se afirmar que as organizações que apresentam um caráter inovador possuem uma comunicação simétrica e aberta, o que contribui positivamente no relacionamento entre organização e seus públicos de interesse.
3	Relações Públicas e comunicação no contexto das organizações públicas de saúde  Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues	Comunicação organizacional; Relações públicas; Comunicação e saúde; PPSUS.	Anunciar inferências que envolvam a reflexão acerca de comunicação organizacional quando se toma por objeto de pesquisa unidades de saúde em seus processos de acesso, acolhimento e vínculo na atenção básica.	GRUNIG, James KUNSCH, Margarida LOPES, Maria Immacolata Vassalo de OLIVEIRA, Ivone	O processo de interação que ocorre em organizações públicas é diferente da que acontece no setor privado, isto porque, percebe-se que não há uma concorrência entre elas, entretanto, é necessário que a comunicação organizacional seja eficaz e que ações estratégicas criativas sejam pensadas e implementadas visando a efetividade no relacionamento com os públicos.

Quadro 10 - Artigos publicados no ano de 2018

## 2.5 Referências teóricas

Quanto ao referencial teórico utilizado em cada artigo, anteriormente, somente os nomes dos autores foram pontuados, portanto, decidiu-se que seria relevante apresentar os livros e artigos dos autores, e o ano de publicação destes com foco em relações públicas e comunicação organizacional separadamente.

AUTOR	TÍTULO	ANO
FORTES, Waldyr Gutierrez	Relações Públicas- processos, funções, tecnologia e estratégias	2003
GRUNIG, James E.	A função das Relações Públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal	2003
GRUNIG, James E.	<i>Managing public relations</i>	1984
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada	2003
KUNSCH, Margarida Maria krohling	A função das Relações Públicas e a prática comunicacional nas organizações	2007
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações Públicas e excelência em Comunicação	1998
LOPES, Valeria de Siqueira Castro	As Relações Públicas como gestor da imagem e a importância da mensuração dos resultados em Comunicação Corporativa	2005
MOURA, Cláudia Peixoto de	As novas diretrizes curriculares e o ensino de Relações Públicas: caso Rio Grande do Sul	2007
MOURA, Cláudia Peixoto de	Ensino de Relações Públicas: uma proposta de estrutura curricular	2001
SIMÕES, Roberto Porto	Relações Públicas: função política	1995
TERRA, Carolina Frazon	As Relações Públicas e as novas tecnologias da informação e da comunicação	2005

**Quadro 11 - Textos de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2008**

AUTOR	TÍTULO	ANO
TERRA, Carolina Frazon	Comunicação Corporativa Digital: o futuro das Relações Públicas na rede	2006
DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk	Relações Públicas: quem sabe, faz e explica	2007
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Obtendo resultados com relações públicas	2006
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada	2003
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional	1997
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora	2007
CÉSAR, R. C.	As relações públicas frente ao desenvolvimento comunitário	1999
MAFRA, R.	Relações públicas e mobilização social: a construção estratégica de dimensões comunicativas	2007
OLIVEIRA F. R. M.	Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã	2002
PERUZZO, Cicilia M. K.	Relações públicas no modo de produção capitalista	2004
PERUZZO, Cicilia M. K.	Relações públicas, movimentos populares e transformação social	1993
PERUZZO, Cicilia M. K.	Relações públicas nos movimentos sociais e "comunidades": princípios, estratégias e atividades	2008

**Quadro 12 - Textos de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2009**

AUTOR	TÍTULO	ANO
GRUNIG, James E.	Uma teoria geral das relações públicas: quadro teórico para o exercício da profissão	2009
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações Públicas e Comunicação Organizacional: Campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas	2009
ANDRADE, Cândido Teobaldo de.	Para entender Relações Públicas	2001
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2009
FERRARI, Maria Aparecida		
FRANÇA, Fábio		
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações Públicas Comunitárias: um desafio	2011
PERUZZO, Cicilia M. K.	Relações públicas no modo de produção capitalista	2007
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil	2006

**Quadro 13 Textos de relações públicas utilizados pelos autores no de 2010**

AUTOR	TÍTULO	ANO
NASSAR, Paulo	Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e na atualização da memória institucional nas organizações	2008

**Quadro 14 Texto de relações públicas utilizado pelos autores no ano de 2011**

AUTOR	TÍTULO	ANO
FERRARI, Maria Aparecida	Relaciones Públicas: naturaleza, función y gestión em las organizaciones contemporáneas	2011
FRANÇA, Fábio		
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2011
FERRARI, Maria Aparecida		
FRANÇA, Fábio		

**Quadro 15 - Textos de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2012**

AUTOR	TÍTULO	ANO
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica	2009

**Quadro 16 - Texto de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2013**

AUTOR	TÍTULO	ANO
SIMÕES, Roberto Porto	Relações Públicas: função política	1995
SIMÕES, Roberto Porto	Relações Públicas e micropolítica	2001
TERRA, Carolina Frazon	Relações Públicas 2.0: novo campo de atuação para área	2010

**Quadro 17 - Texto de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2015**

AUTOR	TÍTULO	ANO
FRANÇA, Fábio	Relações Públicas no século XXI: relacionamentos com as pessoas	2006
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Obtendo resultados com relações públicas	2006
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada	2003
ANDRADE, Cândido Teobaldo de.	Curso de Relações Públicas	1974
FORTES, Waldyr Gutierrez	Relações Públicas: processos, funções, tecnologias e estratégias	2003
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2009
FERRARI, Maria Aparecida		
FRANÇA, Fábio		
LESLY, Philip	Os fundamentos de relações públicas e da comunicação	1995
SIMÕES, Roberto Porto	Relações Públicas: função política	1995
WEY, Hebe	O processo de Relações Públicas	1986

**Quadro 18 - Texto de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2016**

AUTOR	TÍTULO	ANO
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2011
FERRARI, Maria Aparecida		
FRANÇA, Fábio		
MOURA, Cláudia Peixoto de	História das Relações Públicas: fragmentos da memória de uma área	2008
IASBECK, L. C.	Relações Públicas e Comunicação Organizacional: o lugar do texto e contexto	2009
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica	2009

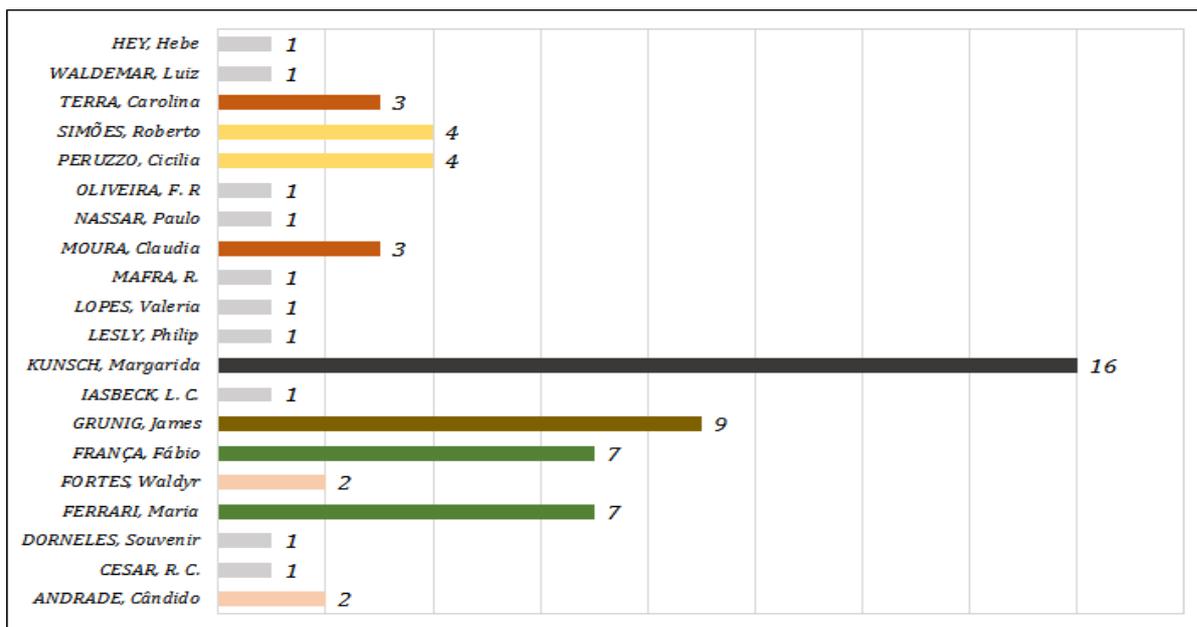
**Quadro 19-Texto de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2017**

AUTOR	TÍTULO	ANO
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2009
FERRARI, Maria Aparecida	Relações Públicas e sua função estratégica	2003
GRUNIG, James E.	Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos	2011
FERRARI, Maria Aparecida		
FRANÇA, Fábio		
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional	1997
KUNSCH, Margarida Maria krohling	De lee a Bernays, de Pinheiro a lobo: a arte e a ciência das Relações Públicas em seu primeiro centenário	2006
WALDEMAR, Luiz		

**Quadro 20 -Texto de relações públicas utilizados pelos autores no ano de 2018**

Identificou-se que os autores com as obras mais referenciadas no período de 2008 a 2018 são: Margarida Kunsch, com dezesseis (16) trabalhos e James Grunig, com nove (9) trabalhos.

O gráfico a seguir representa mais detalhadamente os demais autores que possuem seus textos utilizados nas referências bibliográficas dos artigos publicados nos anais da Abrapcorp.



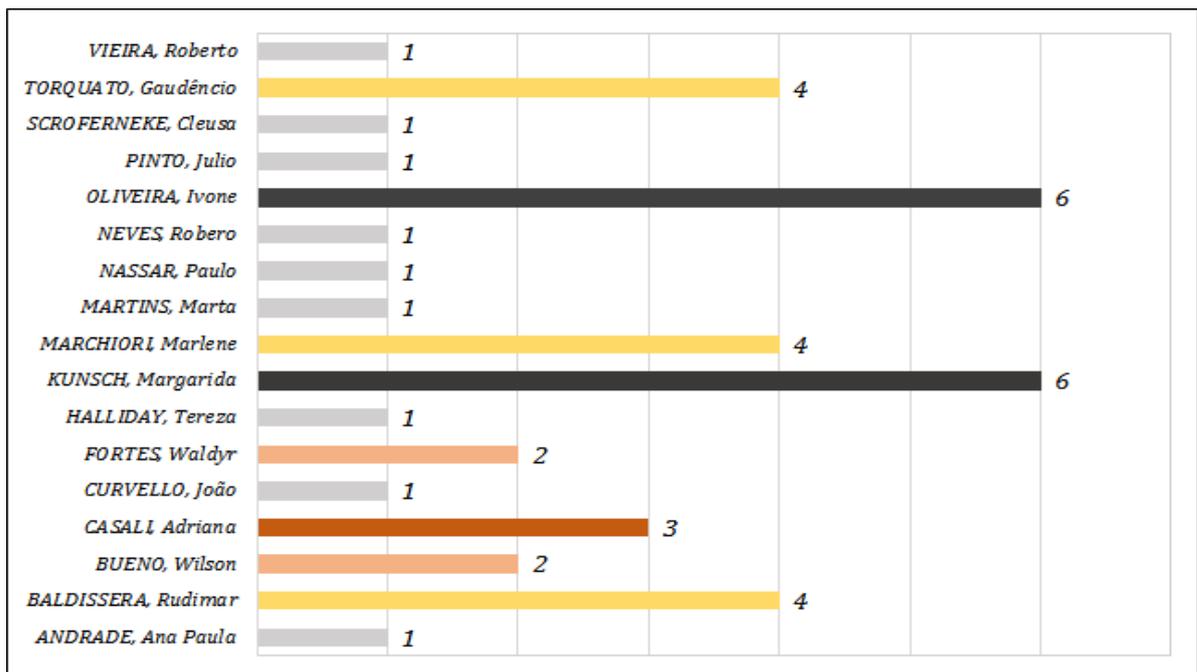
**Gráfico 3 - Autores de Relações Públicas mencionados no período de 2008 a 2018**

A obra *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*, de Margarida Kunsch, é utilizada no referencial dos artigos publicados nos anais da Abrapcorp nos anos de 2008, 2009 e 2016, sendo considerada a mais utilizada pelos pesquisadores dos trabalhos científicos. Outra obra sua de relevância é *Obtendo Resultados com Relações Públicas*, citado nos anos de 2009 e 2016, por fim, além da obra *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica* esteve presente nos artigos no ano de 2013 e 2016.

Dando prosseguimento a identificação das obras mais mencionadas, temos os trabalhos de James Grunig, seu livro *Relações Públicas: teoria, contextos e relacionamentos* foi por vezes mencionado pelos autores nos anos de 2010, 2012, 2016, 2017 e 2018. É importante lembrar que os referidos autores também tiveram

outros trabalhos utilizados, no entanto, optou-se por descrever somente os que foram mais mencionados.

Dessa forma, saímos do campo das relações públicas e adentramos na comunicação organizacional. As autoras Margarida Kunsch e Ivone Oliveira, têm suas obras compondo o referencial teórico dos autores da Abrapcorp por mais vezes que os demais, como ilustrado no gráfico a seguir:



**Gráfico 4 - Autores de Comunicação Organizacional mencionados no período de 2008 a 2018**

A seguir, apresento as obras de comunicação organizacional utilizadas nas referências bibliográficas dos autores dos artigos publicados nos anais da Abrapcorp no período de 2008 a 2018:

AUTOR	TÍTULO	ANO
CASALI, Adriana	Paradigmas em Comunicação Organizacional	2004
NEVES, Roberto de Castro	Comunicação empresarial integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais.	2000
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	O que é comunicação estratégica nas organizações	2007
TORQUATO, Gaudêncio do Rego	Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas	1986
VIEIRA, Roberto Fonseca	Comunicação Organizacional: gestão de Relações Públicas	2004

**Quadro 19 Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2008**

AUTOR	TÍTULO	ANO
BUENO, Wilson da Costa	Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica	2007
TORQUATO, Gaudêncio do Rego	Tratado de comunicação organizacional e política	2004

**Quadro 20 -Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2009**

AUTOR	TÍTULO	ANO
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas	2008
ANDRADE, Anna Paula Muniz C.	Uma proposta para o Estudo da Investigação em Comunicação Organizacional na Pós Graduação do Brasil	2006
BUENO, Wilson da Costa	Articulação de teoria e prática na pesquisa em comunicação organizacional: o Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp	2009
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e práticas	2016
MARCHIORI, Marlene	Faces da cultura e da comunicação organizacional	2006
CASALI, Adriana	Comunicação organizacional: uma introdução à perspectiva da "Escola Montrea	2005
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	O que é comunicação estratégica nas organizações?	2007

**Quadro 21 - Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2010**

<b>AUTOR</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>ANO</b>
HALLIDAY, Tereza	A missão do retor. Comunicação Empresarial	1998
MARTINS, Marta	Desenvolvimento da comunicação organizacional agencia a constância da oralidade	2007
FORTES, Waldyr Gutierrez		
NASSAR, Paulo	Tudo é comunicação	2004
TORQUATO, Gaudêncio do Rego	Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil	2009
KUNSCH, Margarida Maria Krohling	Comunicação Organizacional	2009

**Quadro 22 - Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2011**

<b>AUTOR</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>ANO</b>
CASALI, Adriana	Análise dos objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas	2009
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual	2009
SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade	Comunicação Organizacional: certezas e incertezas	2008

**Quadro 23 - Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2013**

AUTOR	TÍTULO	ANO
MARCHIORI, Marlene	Faces da cultura e da comunicação organizacional	2008
MARCHIORI, Marlene	Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas	2009
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	Comunicação Organizacional e relações públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?	2005
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	O que é comunicação estratégicas nas organizações?	2007
PINTO, Julio	Comunicação Organizacional ou comunicação no contexto das organizações?	2008
CURVELLO, João José	A comunicação interna e organizacional	2012
TORQUATO, Gaudêncio do Rego	Comunicação empresarial/ Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento	1986
BALDISSERA, Rudimar	A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional	2009
FORTES, Waldyr Gutierrez	Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas	1990
BALDISSERA, Rudimar	Comunicação Organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade	2008
BALDISSERA, Rudimar	Reflexões sobre comunicação, relações públicas e complexidade	2007

**Quadro 24- Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2016**

AUTOR	TÍTULO	ANO
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas	2009
BALDISSERA, Rudimar	Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade	2017

**Quadro 25- Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2017**

AUTOR	TÍTULO	ANO
MARCHIORI, Marlene	Faces da cultura e da comunicação organizacional	2006
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes	Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual	2009
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas	2008
KUNSCH, Margarida Maria krohling	Os campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências	2015

**Quadro 26 Textos de comunicação organizacional utilizados pelos autores no ano de 2018**

Entre os trabalhos das autoras mais mencionadas, temos a obra de Ivone de Lourdes Oliveira, *O que é comunicação estratégica nas organizações*, lançada no ano de 2007, utilizada como referencial teórico nos anos de 2008, 2010 e 2016. Em 2013 e 2018, a autora tem seu artigo *Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual* presente no quadro teórico dos autores da Abrapcorp. Por fim, temos seu artigo publicado na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom em 2005: *Comunicação organizacional e relações públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?*, publicado no ano de 2016.

As obras da autora Margarida Kunsch, identificadas nas referências dos artigos científicos, são: *Gestão estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, lançada em 2008 e *Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e práticas*, lançada em 2016, ambas utilizadas nas referências dos anais da Abrapcorp em 2010. Em 2011, o livro *Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas* que foi publicado em 2009, entretanto, a autora volta a ter suas publicações referendadas novamente somente no ano de 2018 com o artigo: *Os campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências*, divulgado em 2015.

## **2.6 As escolhas metodológicas das publicações científicas**

A imagem a seguir representa, por meio de uma nuvem de palavras, as escolhas metodológicas dos autores dos artigos publicados nos anais da Abrapcorp, no período delimitado para a pesquisa, a intenção é apresentar o percurso metodológico traçado para a realização dos trabalhos. Grande parte dos autores utilizaram a pesquisa bibliográfica sobre a temática, foram identificados como instrumento de coleta de dados, questionários, estudos bibliométricos, entrevistas, o que caracteriza a realização pesquisas de abordagens quantitativas e qualitativas.



## CONCLUSÃO

Conforme dito inicialmente, a pesquisa tem como objetivo analisar a perspectiva teórica estabelecida por autores que trabalham o tema das relações públicas e a comunicação organizacional, considerando suas publicações científicas nos Anais da Abrapcorp, no espaço de 2008 a 2018.

Esta análise desvelou uma quantidade de artigos publicados nos Anais, o título apresentado, autores, palavras-chave contidas, o objetivo, o referencial teórico utilizado, a escolha da metodologia e os resultados da pesquisa.

No decorrer da análise, apresentada e discutida no capítulo anterior, alguns resultados merecem nosso destaque. Um deles faz um questionamento norteador da pesquisa, foi possível perceber, a partir das publicações, que há uma grande preocupação por parte dos autores em apresentar as principais definições do campo das relações públicas e da comunicação organizacional e, discutir sobre a relação existente entre as áreas, estabelecendo a interface em suas atividades.

Em relação aos resultados da pesquisa quantitativa, foi possível comprovar que o ano de 2016 foi o mais próspero, já que foram publicados os Anais da Abrapcorp cinco (5) artigos científicos que contemplam as relações públicas e a comunicação organizacional em suas palavras-chave, em contrapartida, no ano de 2012 somente um (1) artigo foi apresentado e em 2014 não se identificou trabalhos científicos, demonstrando uma redução.

Quanto à representatividade geográfica das regiões dos autores das publicações científicas, foi possível observar que a região sudeste foi a mais representada no período delimitado.

Não se identificou textos que contemplassem em suas palavras-chave as “relações públicas” e a “comunicação organizacional” publicados por autores da região Norte, o que torna necessário enfatizar a importância de nossa representatividade no cenário da Abrapcorp.

Observou-se que os autores, ao apresentarem suas interpretações em relação a produção acadêmica e as atividades profissionais de relações públicas e comunicação organizacional, defendem uma comunicação integrada, uma vez que para o alcance da eficácia nos objetivos organizacionais, compreendem que é necessário que haja uma atuação sinérgica de todas as áreas e subáreas da comunicação. Todavia, parte dos autores, assinalam que o profissional de relações

públicas assume a incumbência de dirigir a comunicação organizacional nas organizações, já outros, supõem que ambas estão interessadas no processo de gestão da comunicação nas organizações e anulam qualquer relação de hegemonia entre as áreas.

Compreende-se que os autores, em sua maioria, não tratam as relações públicas e a comunicação organizacional de forma interdependente, já que as áreas existem independentemente uma da outra, no entanto, acreditam que atuação no ambiente profissional de forma cooperativa pode trazer benefícios mensuráveis para as organizações, isto porque ambas as áreas se preocupam em gerenciar de forma eficaz os relacionamentos entre as organizações e seus públicos.

Ademais, embora as relações públicas sejam aplicadas de forma mais prática e a comunicação organizacional apresente um lado mais teórico, de acordo com a perspectiva de parte dos autores, estas atuam de forma adjacente e, portanto, suas funções, consideradas polivalentes, devem ser aplicadas em conjunto de forma irremediável e, portanto, é válido ressaltar a ideia de imbricação entre as áreas.

É importante que os pesquisadores da comunicação se sintam instigados a produzir trabalhos que possam expressar suas percepções em relação ao campo de relações públicas e comunicação organizacional, pois tais contribuições serão de suma relevância para a formação de estudantes e profissionais das áreas. Acredita-se que tanto as relações públicas, quanto a comunicação organizacional necessitam do apoio das demais áreas e subáreas da comunicação para que possam atuar de forma integrada e eficaz no ambiente social das organizações.

Pode-se ainda concluir que, embora as relações públicas e a comunicação organizacional possuam objetivos e objetos de estudos semelhantes, é imprescindível que suas definições e seus campos teóricos não sejam confundidos, logo, essa distinção deve ser posta em discussão, de forma recorrente, nas universidades.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo S. A. **Para entender Relações Públicas**. 3ª Ed. São Paulo. Loyola, 1983.

BUENO, Wilson da Costa. **A pesquisa brasileira em comunicação organizacional e relações públicas**. In: KUNSCH, Margarida. *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. V1. São Paulo. Difusão Editora, 2009.

BUENO, Wilson. **A comunicação empresarial estratégica: definindo os contornos de um conceito**. Conexão, comunicação e cultura. Caxias do Sul, 2005. Disponível em: < [RevConexao.pmd \(ucs.br\)](#) >. Acesso em: 25 de julho de 2020.

CURVELLO, João. **Estudos de comunicação organizacional: entre a análise e a prescrição**. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Salvador, 1 a 5 set, 2002. Disponível em: < [Estudo de Comunicação Organizacional CURVELLO.pdf](#) >. Acesso em: 31 de outubro de 2020.

DANTAS, José. **O que é, afinal, Relações Públicas?** Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba, 26 a 28 maio, 2016. Disponível em: < [DANTAS, o q é RP.pdf](#) >. Acesso em 30 outubro de 2020.

FARIAS, Luiz. **O campo acadêmico do ensino e da pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas no Brasil**. In: KUNSCH, Margarida. *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos*. V.1 São Paulo: Saraiva, 2009. P. 45-58.

GRUNIG, James. **A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal**. In ARCE, John. *Comunicação e sociedade*. São Bernardo do Campo, 2003. Disponível em: < [4840-14743-1-PB.pdf](#) >. Acesso em: 07 de novembro de 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6ªEd. São Paulo. Atlas. 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões os estudos e das práticas**. In: MARCHIORI, Marlene. *Faces da Cultura e da Comunicação Organizacional*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006. P. 167-190. Disponível em: < [Comunicação organizacional: \(pucgoias.edu.br\)](#) >. Acesso em: 02 de outubro de 2021.

KUNSCH, Margarida. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas**. São Caetano. Difusão Editora, 2009.

KUNSCH, Margarida. **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo. Saraiva, 2009.

KUNSCH, Margarida. *Organicom*. 2006. Disponível em:< [Vista do Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil \(usp.br\)](#)>. Acesso em: 23 de julho de 2020.

KUNSCH, Margarida. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo, Summus, 2003.

LIMA, Manuella; ABBUD, Maria. **As dimensões da comunicação organizacional: um olhar sobre o terceiro setor**. Compós. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em comunicação. Pará. 27 a 30 maio, 2014. Disponível em: <[Comunicação Organizacional Emilia e Manoela.pdf](#)>. Acesso em: 25 de julho de 2020.

LIMA, Manuella; ABBUD, Maria. **Comunicação Organizacional: histórico, conceitos e dimensões**. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Rio de Janeiro. 28 a 30 de maio, 2015. Disponível em:< [A Comunicacao Organizacional Historico Conceitos e Dimensoes - XIV Congresso de Ciências da - StuDocu](#)>. Acesso em: 25 de julho de 2020.

MAIA, Carina; OLIVEIRA, Daniel. **A Comunicação Organizacional e as Relações Públicas. Uma análise da produção científica publicadas nos anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas-Abrapcorp**. PIBIC. Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica. 2020.

MOURA, Claudia. **Relações Públicas: a regulamentação para o exercício do relacionamento**. *Revista Cambiassu*. Maranhão, 2007. Disponível:< [Microsoft Word - textos2007.doc \(ufma.br\)](#)>. Acesso em: 14 de novembro de 2020.

NASCIMENTO, Iara; FILHO, Boanerges. **O pensamento complexo e a comunicação organizacional**. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Fortaleza. 3 a 7 set, 2012. Disponível em: <[Padrão \(template\) para submissão de trabalhos ao \(intercom.org.br\)](#)>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

OLIVEIRA, Lourdes. PAULA, Carine. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?**. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Rio de Janeiro. 9-5 de maio, 2005. Disponível em: <[R1353-1.PDF \(intercom.org.br\)](#)>. Acesso em: 13 de março de 2021.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 3ª Ed. São Paulo. Summus, 1995.

SIMÕES, Roberto P. **Relações Públicas e Micropolítica**. 2ªEd. São Paulo. Summus, 2001.

TERRA, Carolina Frazon. **Presença e Engajamento: uma proposta de análise de mídias sociais para a comunicação organizacional**. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Fortaleza. 3 a 7 set, 2012. Disponível

em:< [Padrão \(template\) para submissão de trabalhos ao \(intercom.org.br\)](#)>. Acesso em: 13 de março de 2020.