

## RELAÇÕES PÚBLICAS E A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: uma análise sobre independência ou interdependência das áreas

Daniel da Silva Oliveira<sup>1</sup>  
Carina Carvalho Maia<sup>2</sup>  
Maria Emília de Oliveira Pereira Abbud<sup>3</sup>

### RESUMO

O presente artigo apresenta os resultados da pesquisa de Iniciação Científica do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), conduzida no período de 2019 a 2020. O estudo teve como objetivo investigar a relação entre a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas, a fim de avaliar se os campos são independentes ou interdependentes. A análise foi realizada com base nas reflexões teóricas apresentadas nos textos dos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) publicados entre 2014 e 2018. Foi realizada uma pesquisa exploratória, utilizando abordagens quantitativas e qualitativas. Identificaram-se doze (12) artigos científicos para análise das abordagens teóricas e dos desafios propostos pelos pesquisadores em relação à Comunicação Organizacional e às Relações Públicas. Com base na análise realizada, observou-se que os artigos publicados evidenciam que as áreas podem colaborar conjuntamente para alcançar diferentes objetivos, porém não é apontada uma interdependência entre elas, que se caracteriza pela existência de uma "dependência mútua", o que não foi exposto pelos autores nos artigos analisados.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação organizacional; relações públicas; Abrapcorp; interdependente; independente.

### INTRODUÇÃO

O questionamento sobre a existência de uma relação de dependência ou interdependência entre a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas é recorrente, não havendo ainda um consenso entre os pesquisadores. Sendo assim, faz-se necessário entender de que forma cada uma dessas áreas atua e como desempenham suas funções para que, então, seja possível realizar uma análise de seus tensionamentos.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Relações Públicas na Universidade Federal do Amazonas, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares da Ufam. Email: [carinamaia4@gmail.com](mailto:carinamaia4@gmail.com).

<sup>2</sup> Graduando em Relações Públicas na Universidade Federal do Amazonas, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares da Ufam. Email: [dsodaniel.silvaoliveira@gmail.com](mailto:dsodaniel.silvaoliveira@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Ufam, Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares e Pesquisadora do Grupo Interfaces. E-mail: [emiliaabbud@hotmail.com](mailto:emiliaabbud@hotmail.com).

As relações públicas têm como objeto de estudo o vínculo *organização/ públicos*. Dessa forma, seus estudos se direcionam para as características das organizações nas quais suas técnicas são empregadas. A finalidade da comunicação organizacional é o estudo da relação *comunicação/ organização* e do fenômeno organizacional em si, eventualmente questionando o status ontológico das organizações ao analisá-las da perspectiva comunicacional (CASALI, 2009).

A comunicação organizacional trata da comunicação nas organizações e de todo o contexto do seu funcionamento. As relações públicas lidam com os relacionamentos que interferem de alguma forma nas decisões da organização. Sendo assim, ambas tratam da relação *comunicação-organização-públicos*. À vista disso, acabam se tensionando no decorrer do desenvolvimento de suas atividades. Kunsch (2009) destaca tal compreensão ao afirmar que o objeto de estudo das relações públicas são as organizações e seus públicos e que é a comunicação organizacional quem dará subsídios teóricos para as relações públicas administrarem os relacionamentos com os públicos.

Seguindo o pressuposto de que as relações públicas e a comunicação organizacional são campos que suscitam uma investigação detalhada, que favoreça de posicionamento dos profissionais que atuam na área, quer seja na academia ou quer que atuem no mercado de trabalho, o artigo em tela buscou responder ao seguinte questionamento: a comunicação organizacional e as relações públicas são campos independentes ou interdependentes?

O texto apresenta os resultados da pesquisa de Iniciação Científica apresentada ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). O propósito da pesquisa foi realizar a análise dos textos publicados, no período de 2014 a 2018, nos anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp).

Fundada em maio de 2006, a associação surgiu da necessidade de fomentar a realização e divulgação de estudos avançados no campo das Ciências da Comunicação. A entidade congrega pesquisadores de todo o país e, por meio de publicações, congressos

e demais eventos, tem contribuído para consolidar o espaço de pesquisa como uma instituição que fomenta a realização e a divulgação de estudos na área de comunicação organizacional e de relações públicas.

A metodologia utilizada no estudo foi, inicialmente, a pesquisa bibliográfica, a fim de fundamentá-lo. Posteriormente, realizou-se uma pesquisa exploratória, descritiva, quantitativa, com abordagem qualitativa, nos anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – Abrapcorp, para identificação dos artigos sobre a comunicação organizacional e as relações públicas. Para identificar os trabalhos que se enquadram nos critérios de nossa pesquisa, procedeu-se a busca dos artigos que continham, concomitantemente, as palavras-chave: relações públicas e comunicação organizacional.

Com suporte nos resultados encontrados e nas análises realizadas, buscou-se compreender o posicionamento dos autores sobre a independência ou interdependência entre a comunicação organizacional e relações públicas.

## **RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**

As relações públicas surgem nos Estados Unidos, em meados do século XIX, em um momento de efervescência política, quando os trabalhadores formaram um grande movimento sindicalista e passaram a realizar greves e protestos contra os donos das fábricas, reivindicando melhores salários e condições de trabalho.

A partir disso, surgiu a necessidade das organizações em lidar com a opinião pública, visto que os empresários não demonstravam interesse pela opinião dos públicos até se perceberem impopulares e assistirem aos movimentos sindicais ganharem força. Com isso, tanto os sindicalistas quanto os empresários passaram a ver na opinião pública uma forma de alcançar seus objetivos, o que resulta nos primeiros passos para emergir a profissão. Após esse processo, com o passar dos anos, as organizações notaram cada vez mais a necessidade e a importância de lidar com as opiniões dos públicos e tal atividade foi se desenvolvendo e expandindo.

O principal objetivo das relações públicas é criar, administrar e manter a relação organização-públicos. Simões (1995) qualifica a função principal como política, pois as ações da organização podem afetar os públicos e as ações dos públicos podem afetar os objetivos da organização. Para o autor, a essência das relações públicas é administrar a função política, sendo a administração da comunicação, aparência, e administrar conflitos, uma circunstância.

Além da função política, Kunsch (2003) atribui às relações públicas diversas outras funções desempenhadas nas organizações, sendo elas a função “Administrativa, Mediadora e Estratégica”.

A função política de relações públicas, pelos processos comunicacionais e de seus instrumentos, influencia e lida com as relações de poder das organizações para com seus públicos, administrando crises e seus conflitos sociais. Kunsch (2003, p. 109) afirma que “para o desempenho da função política de relações públicas, é fundamental compreender como se processam as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo”.

No que diz respeito à função administrativa, Kunsch (2003, p. 109) declara que, “as relações públicas, pelas suas atividades específicas, visam atingir toda a organização, fazendo articulações necessárias para maior interação entre setores, grupos, subgrupos etc”. A função mediadora objetiva realizar a leitura do ambiente e mediar o relacionamento das organizações para com seus públicos, de forma que, não apenas informe, mas que haja uma relação de troca de informação e reciprocidade.

A autora evidencia ainda que “as relações públicas por meio da comunicação viabilizam o diálogo entre a organização e seu universo de públicos, sendo essa mediação uma de suas funções essenciais” (KUNSCH 2003, p. 109). Por fim, a função estratégica de relações públicas tem o intuito de traçar meios de posicionar a organização para que ela alcance seus objetivos e se posicione perante a sociedade.

Nesse sentido, os estrategistas de relações públicas assessoram os dirigentes, identificando problemas e oportunidades relacionados com a comunicação e a imagem institucional da organização no ambiente social, avaliando como o comportamento dos públicos e da opinião pública pode afetar os negócios e a própria vida da organização. (KUNSCH, 2003, p. 103).

As relações públicas, além de promover a integração da sociedade com as organizações, buscam humanizar as relações entre patrões e empregados, onde atua na mediação de conflitos inerentes ao relacionamento que se estabelece entre a organização e seus diferentes públicos (CARVALHO, 2008).

O surgimento da comunicação organizacional é enraizado em vários campos do conhecimento como Administração, Teorias das Organizações, Psicologia Social, Sociologia, Retórica, Linguística e da Teoria da Comunicação. Seus estudos iniciaram-se nos Estados Unidos e se desenvolveram ao longo do século XX (KUNSCH, 2009).

Várias modalidades permeiam as atividades da comunicação organizacional, como a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. É no conceito da comunicação integrada, em que as diferentes modalidades da comunicação, apesar de suas diferenças e suas peculiaridades, podem atuar de maneira harmoniosa, para conseguir da forma mais eficaz as finalidades da organização. (KUNSCH, 2003).

Entendemos por comunicação integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe-se uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o mix, o composto da comunicação organizacional (KUNSCH, 2003, p. 150).

A comunicação organizacional envolve uma diversidade de públicos e componentes, quer os internos, quer os externos (KEYTON, 2005). Segundo Oliveira e Paula (2005), a comunicação organizacional planeja os processos comunicacionais

associando os fluxos informacionais e relacionais; seus subcampos trabalham esses fluxos de forma direcionada por ações e instrumentos que possibilitem a interação. Em um processo integrado de comunicação, o jornalismo e a publicidade trabalham os fluxos informacionais, enquanto as relações públicas trabalham os fluxos relacionais, visando à promoção de interação, de diálogo, e a negociação entre os atores sociais.

Goldhaber (1991) parte da concepção que a organização é um sistema vivo e aberto, conectado por um fluxo de informações entre as pessoas que ocupam diferentes posições e representam distintos papéis. Esse autor define a comunicação organizacional como sendo o fluxo de mensagens processadas em uma rede de relações interdependentes. Dizem respeito à informação que é percebida e para qual os receptores atribuem um significado. As mensagens e as informações significativas fluem por meio de redes de comunicações, as quais, por sua vez, estão conectadas às pessoas, estabelecendo entre elas diferentes graus (intensidade) de relações.

São inúmeras as possibilidades mencionadas por Goldhaber (1991) para o estudo dessas relações, pela conduta das pessoas envolvidas nessas relações, dos seus efeitos em relações específicas, bem como pelas habilidades, atitudes e moral dos empregados quando afetados ou quando afetam as relações dentro da organização. Assume relevância nessa concepção o aspecto de interdependência, isto é, ao considerar a organização como um sistema aberto, admite-se a coexistência de subsistemas os quais estabelecem entre si níveis de interdependência, o que significa dizer que esses subsistemas afetam e são afetados mutuamente; afeta-se, portanto, o sistema em sua totalidade.

Há necessidade, então, de trabalharmos a comunicação nas organizações sob a perspectiva da dimensão humana e ultrapassar a visão meramente instrumental. É essencial considerar os aspectos relacionais, a subjetividade presente na organização, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo. Retomando os dizeres de Taylor (2003, p. 215), quando atesta que “a comunicação não é mais descrita como transmissão de mensagens ou conhecimento, mas como uma atividade prática que tem como resultado a formação de relacionamento”.

## RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, ÁREAS INDEPENDENTES OU INTERDEPENDENTES?

A relação entre as duas áreas é um questionamento recorrente. Alguns autores as entendem como independentes, outros como complementares e outros como interdependentes. Bueno (1999, p.513) há muito assinalou que se define interdependência como aquilo que possui “dependência mútua”. Fato é, que em alguns momentos, verifica-se que são estabelecidos alguns tensionamentos entre os autores da área.

Kunsch (2009, p. 113) destaca que a comunicação organizacional “busca compreender todo o sistema, funcionamento, processos, fluxos, redes, barreiras, meios, instrumentos, níveis de recepção da comunicação que é gerada no dia a dia da vida organizacional [...]”, como também analisar as manifestações e expressões comunicacionais para se relacionar com os públicos e a sociedade em geral, o que a autora chama de ‘*mix* da Comunicação Organizacional Integrada (Comunicação Administrativa, Comunicação Interna, Comunicação Institucional e Comunicação Mercadológica).

A comunicação organizacional é responsável por estudar os processos comunicacionais e os contextos que os envolvem, sejam políticos, econômicos, sociais, etc. Um fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que as integram (KUNSCH, 2003). Isso posto, há a necessidade das relações públicas, cujo papel precípua é cuidar dos relacionamentos. Farias (2009, p.48) sustenta que “caberia às relações públicas a gestão dos relacionamentos e das ações comunicacionais da organização”, trabalhando de forma estratégica e não meramente operacional, de modo que a gestão de relacionamentos deve ser realizada juntamente com a estratégia organizacional.

Kunsch (2003, p.103) informa ainda que “a comunicação organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando, pelas relações públicas, os processos interativos e mediações”. Em vista disso, pode-se compreender que as áreas são independentes, mas que se complementam ou, também, que a comunicação organizacional possui característica de estrategista, enquanto as relações

públicas um caráter de efetivação (FARIAS, 2009). Podendo-se entender as relações públicas de forma mais prática e a comunicação organizacional de forma mais teórica.

Sousa e Scroferneker (2015, p.42) declaram que relações públicas e comunicação organizacional são convergentes, visto que “possuem interfaces e dialogam no âmbito da organização e vêm se consolidando com o aprofundamento dos debates teórico-metodológicos, criação de núcleos de pesquisa e associações científicas”.

As relações públicas e a comunicação organizacional, segundo Iasbeck (2009, p. 107), “dividem o mesmo espaço, os mesmos objetos, buscam resultados aproximados, mas utilizam metodologia e aportes teóricos diferentes”. Tal autor entende comunicação organizacional como “o processo de produção, tratamento, transmissão e retroalimentação de informações que acontecem nos ambientes organizacionais”. Iasbeck (2009) tece um comparativo entre as áreas e reitera que a comunicação organizacional é primeiramente um pensamento comunicativo, uma abstração necessária para compreensão dos fenômenos, e quando tais fenômenos são tangíveis é papel das relações públicas administrá-los. Ele se utiliza da metáfora para elucidar seu pensamento, confirmando que as atividades de comunicação organizacional seriam o arquiteto e as funções de relações públicas o engenheiro.

Uma proposta de entendimento é exposta por Farias (2009), ao informar que, apesar de muitos conceitos já desenvolvidos, ainda há um obstáculo para posicionar as áreas como complementares, independentes ou interdependentes. Essa dificuldade, aparentemente, encontra-se no nível de compreensão da aproximação entre elas. No entanto, a ideia de imbricação parece a mais conveniente, uma vez que as áreas não se dissociam e nem trilham o mesmo percurso, logo, evoluem de forma independente uma da outra, ainda que conectadas pelo fator organização.

Desse modo, o autor afirma que a comunicação organizacional é a área do pensamento responsável pela permanente busca de teorias e pela transformação destas em modos interpretáveis pelos agentes da comunicação, representados pela área de relações públicas, as quais, no que lhe diz respeito, são as teorias, as estratégias e os



conjuntos de técnicas e de instrumentos - estes utilizados de modos articulados entre si que buscam a opinião pública favorável a um determinado objetivo (FARIAS, 2009. p. 57).

Logo, pode-se afirmar que comunicação organizacional e relações públicas, apesar de conceitos e literatura próprias, atuam em um mesmo espaço, com conceitos particulares, mas que visam ao mesmo: “a criação e a manutenção de um sistema de comunicação excelente para as organizações” (FARIAS, 2009. p. 57).

## **METODOLOGIA**

Os anais dos Congressos Brasileiros Científicos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, realizados pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas ABRAPCORP, no período de 2014-2018, foram a base da pesquisa. As palavras-chave utilizadas para a identificação dos artigos científicos são: comunicação organizacional; relações públicas. O levantamento foi realizado no período de agosto a setembro de 2019.

Em um primeiro momento, identificaram-se os artigos científicos sobre a comunicação organizacional e as relações públicas que foram publicados nos Anais da ABRAPCORP. Para isso, realizou-se o levantamento dos textos publicados no site desta instituição, tendo na descrição, simultaneamente, as palavras-chave: comunicação organizacional; relações públicas. Foram escolhidos os artigos que atendiam aos critérios de inclusão da pesquisa, ou seja, que contivessem na descrição as palavras-chave.

Em seguida, de posse das produções coletadas, identificou-se, individualmente nos artigos, a abordagem teórica utilizada, referente à comunicação organizacional e às relações públicas. Apurou-se se os pesquisadores apontavam a existência de confluências entre as áreas. Partindo da análise de cada artigo, apresentaram-se os desafios propostos pelos pesquisadores no que diz respeito à comunicação organizacional e às relações públicas. Destaca-se que o estudo proposto teve como pano de fundo as referências teóricas das duas áreas.

## RESULTADOS / DISCUSSÃO

Conforme mencionado, para a realização da observação proposta, foi delimitado um recorte que corresponde aos artigos publicados no período de 2014 a 2018. Desses artigos, foram inicialmente identificados os que continham relações públicas e comunicação organizacional na descrição das palavras-chave, o que resultou em um total de doze (12) textos que atendiam aos critérios de inclusão definidos. Para a identificação do ano de publicação do texto, bem como da quantidade de textos publicados em cada ano, do período delimitado, produziu-se o quadro ilustrativo apresentado a seguir:

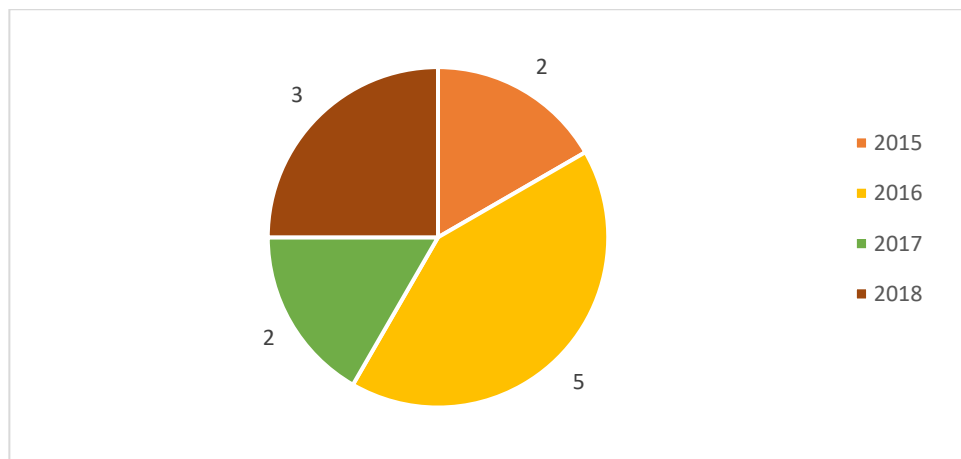


Figura 1 – Artigos publicados nos Anais da ABRAPCORP, período de 2014 a 2018.

Checou-se que, em um período de cinco anos, foram publicados doze (12) artigos dedicados à pesquisa da comunicação organizacional e das relações públicas. Lembrando que a análise abarcou apenas as obras que continham ambas as áreas entre suas palavras-chave, não tendo sido encontrada nenhuma produção científica, nesses termos, no ano de 2014, apenas duas (2) no ano de 2015, cinco (5) artigos no ano de 2016. Verificou-se que o ano mais próspero para a pesquisa nas áreas foi o ano de 2016, no entanto, no ano seguinte, 2017, apenas duas (2) pesquisas foram realizadas. Já no ano de 2018, foram produzidos três (3) artigos, o que demonstra, claramente, uma oscilação na produção dos pesquisadores das áreas e suscita alguns questionamentos, pois ainda não há um consenso

quanto à existência ou não de dependência entre as áreas e nem quanto aos limites de seus tensionamentos.

Os dois (2) textos identificados no ano de 2015 foram: “Um olhar sobre comunicação e relacionamentos estratégicos a partir da teoria ator-rede” (CHAMUSA, Marcelo; CARVALHAL, Márcia) e “A norma reputacional na contemporaneidade: a experiência dialógica em audiência pública, os sujeitos coletivos e a ação dos direitos comuns” (OSHIRO, Ana; PASCUM, Lara).

No ano de 2016, foram publicados cinco (5) trabalhos nos anais: “Comunicação ambiental e relações públicas: ensaio teórico” (SMITH, Vivian); “Admissão do outro e comunicação intercultural: pressupostos para a criatividade e a responsabilidade organizacional” (COSTA, Stefânia; MÜLLER, Karla M.); “Como os públicos pensam? Definições e reflexões das relações públicas e da teoria das representações sociais” (GLERIAN, Alessandra); “Comunicação e empreendedorismo: a inserção de práticas empreendedoras nas organizações” (KHOURY, Camila) e “Mudança organizacional e relações públicas: um estudo de caso sobre consultoria organizacional” (CARDOSO, Débora; CATARINO, Victória; REBECHI, Claudia).

Em 2017, foram identificados dois (2) textos: “A cultura da informação nos ambientes organizacionais: uma proposta de leitura sistêmica do ensino de comunicação” (RIGO, Larissa; TAVARES, Marcelo) e “A influência da comunicação organizacional e da cultura nacional no processo de internacionalização de multinacionais brasileiras” (VIDEIRA; Denise).

Por fim, em 2018, os três (3) artigos identificados foram: “Relações públicas e comunicação no contexto das organizações públicas de saúde” (LEITE, Sandra; RODRIGUES, Emanuelle); “Diversidade como determinante na cultura e na comunicação para promover a inovação em multinacionais brasileiras” (GASPARINDO, Leila) e “Institucionalização e matriz epistemológica: por uma história social do campo científico da comunicação organizacional e relações públicas” (2001-2005) (RODRIGUES, Talles).

Conforme mencionado anteriormente, os artigos foram identificados a contar da descrição das palavras-chave “relações públicas” e “comunicação organizacional”. A fim de obter uma compreensão abrangente e uma visão panorâmica das temáticas das temáticas associadas às áreas de relações públicas e de comunicação organizacional durante o período delimitado da coleta de dados, foi elaborada uma nuvem de palavras que refletiam as descrições das palavras-chave do texto elaborado pelos autores.

O que foi verificado é que, das doze (12) publicações identificadas, variados temas foram abordados com as perspectivas das relações públicas e da comunicação organizacional, nos quais é notório perceber que, em sua grande maioria, as temáticas estão inseridas em âmbitos recorrentemente ligados à comunicação e às organizações. Entre as diversas vertentes da comunicação abordadas, estão a comunicação ambiental, a comunicação empresarial e a comunicação e a saúde. A cultura da informação, de inovação e a organizacional são outras temáticas analisadas. Ainda no aspecto organizacional, destacam-se a interculturalidade, a consultoria empresarial, a mudança organizacional, a norma organizacional e o empreendedorismo.

**Figura 2 – Palavras-chave identificadas nos artigos selecionados**



Fonte: Wordart

Para melhor desempenho da análise, realizou-se um levantamento quanto às abordagens teóricas apresentadas pelos pesquisadores nos doze (12) artigos publicados. Para tratar das relações públicas e comunicação organizacional, foram referenciadas obras de Simões (1979, 1995, 2001); Corbett (2006); Cox (2010); Baldissera (2007, 2008, 2009); França (2006, 2008, 2009); Wey (1986); Grunig (1992, 2009); Lesly (1995); Kunsch (1997, 2003, 2006, 2009); Oliveira; Paula (2007); Marchiori (2008); Iasbeck (2009) e Ferrari (2009, 2011).

## CONSIDERAÇÕES

### EM BUSCA DA RESPOSTA

Diante do exposto, tornou-se imprescindível identificar as reflexões teóricas e os desafios propostos pelos autores, para que fosse possível entender a relação estabelecida e apresentada nos textos sobre as duas áreas. No entanto, observou-se, ao se analisar criteriosamente os artigos, que tal questionamento, ao longo dos cinco anos de publicações nos Anais, não foi formalizado de forma recorrente.

Destaca-se que os artigos publicados nos anos de 2015 a 2018 apresentaram ampla diversidade temática. Os autores exploram a comunicação organizacional e as relações públicas e direcionam suas pesquisas para temas como a teoria ator-rede, a reputação, o diálogo organizacional, a comunicação verde, os ambientes organizacionais, entre outros.

Confirmou-se que apenas (4) artigos publicados refletiram sobre a independência ou interdependência da comunicação organizacional e das relações públicas. Observou-se que o questionamento sobre a relação estabelecida entre elas é mencionado, claramente, em apenas um (1) dos quatro (4) artigos.

Para abordar a comunicação organizacional, Videira (2017) apoiou-se em Kunsch (2009) ao observar a área de dois modos, sendo eles: “(i) como uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo o seu

contexto político, econômico e social; e (ii) como um fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que as integram” (VIDEIRA, 2017, p. 8).

A autora destaca as relações públicas e a comunicação organizacional como áreas interdependentes para os indicadores de sua pesquisa “partindo do pressuposto de que as relações públicas e a comunicação organizacional são, em certa medida, interdependentes, foram empregados como indicadores para avaliar a práticas de comunicação adotadas pelas multinacionais estudadas três dos dez princípios [...]” (VIDEIRA, 2017, p. 8).

Compreendemos que Videira (2017) concorda com Kunsch (2009) ao enfatizar que a comunicação organizacional é responsável por estudar os processos comunicacionais e os contextos que os envolvem, sejam políticos, econômicos, sociais, etc. Em outras palavras, um fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que as integram (KUNSCH, 2003). Assim sendo, há a necessidade das relações públicas, cujo papel precípua é cuidar dos relacionamentos.

Com a finalidade de complementar o questionamento proposto, analisamos os demais 8 (oito) artigos que compõem a amostra definida. Para essa meta, elaboraram-se duas nuvens de palavras sobre as duas áreas, respectivamente. Assim, procurou-se evidenciar as palavras mais citadas pelos autores que pudessem, ou não, configurar a relação estabelecida entre elas.

**Figura 3 – Palavras-destaques referentes às Relações Públicas nos artigos publicados**



forma, podemos interpretar que não há evidências nos oito (8) artigos publicados que os autores estabeleçam uma interdependência entre as duas áreas.

Observou-se que a comunicação organizacional e as relações públicas, na compreensão dos autores, são duas áreas que se complementam e trabalham de forma aliada, trazendo inúmeros benefícios para as organizações e a sociedade. Por conseguinte, e como evidenciado nos artigos publicados na ABRAPCORP durante o período de 2014 a 2018, as duas áreas podem trabalhar unidas para alcançar diferentes objetivos, porém não há uma interdependência entre elas, pois, com base nas palavras de Bueno (1999, p.513), a interdependência é aquilo que possui “dependência mútua”, o que não é exposto nos artigos pelos autores.

O tema proposto não parece chamar a atenção dos autores. Embora reconheçam a complementaridade entre as áreas, apenas um dos autores questiona a forma como elas se relacionam. Essa falta de ênfase pode ser um reflexo da ausência de discussão sobre a interdependência nas teorias, as práticas da comunicação organizacional e as relações públicas.

É essencial incentivar o debate sobre a interdependência entre as áreas para promover a compreensão sobre a forma como elas se relacionam e como podem trabalhar juntas para atingir objetivos em comum. Essa discussão pode contribuir para aprimorar as práticas de comunicação nas organizações e em uma maior efetividade na consecução dos objetivos propostos por cada área.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, S. **Dicionário Silveira Bueno**. São Paulo: Didática Paulista, 1999.

CASALI, Adriana M. **Análise dos objetos de estudos da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas**. São Paulo: Organicom, ano 6, n. 10 / 11. 2009. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re\\_vista1011/64.pdf](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista1011/64.pdf)> Acesso em 27 de julho de 2020.

FARIAS, Luiz A. O campo acadêmico do ensino e da pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas no Brasil. In: KUNSCH, M. Krohling (org.). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**, v. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

GOLDHABER, Gerald M. **Comunicación Organizacional**. México: Editorial Diana, 1991.

IASBECK, L. Carlos. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: O lugar do texto e do contexto**. São Paulo: Organicom, v. 10/11. 2009. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/download/139011/134359>> Acesso em 15 de nov. de 2019.

KEYTON, Joann. **Communication & Organizational Culture: A key to understand work experiences**. Thousand Oaks: SAGE Publications. 2005

KUNSCH, M. Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: SUMMUS, 2003.

KUNSCH, M. Krohling (org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**, v. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

KUNSCH, M. Krohling. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica**. São Paulo: Organicom, ano 6, n. 10 / 11. 2009. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139003/134351>> Acesso em 27 de Julho de 2020.

KUNSCH, M. Krohling (org). **Gestão Estratégica Em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo: DIFUSÃO, 2009.

MOURA, Cláudia. (org.). **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área** – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

OLIVEIRA, Ivone; PAULA, Carine. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?**. Intercom, Rio de

Janeiro, 2005. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1353-1.pdf>>. Acesso em:  
23 de julho de 2020.

SIMÕES, Roberto P. **Relações Públicas: Função Política**. São Paulo: SUMMUS, 1995.

SOUSA, Gisela M. S. F.; SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **A trajetória da comunicação organizacional digital e seus desdobramentos na produção científica da abrapcorp: uma breve retrospectiva**. Anais do IX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/>>. Acesso em: 25 de maio de 2020.

TAYLOR, James R. **Engaging organization through worldview**. In: MAY, Stephen K.; MUMBY, Dennis K. (Ed.). *Engaging Organizational communication theory and perspectives: multiple perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.

VIDEIRA, Denise. **A influência da comunicação organizacional e da cultura nacional no processo de internacionalização de multinacionais brasileiras**. Anais do XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/>>. Acesso em: 25 de maio de 2020.