

## **A interação do trabalho do Relações Públicas e do Psicólogo Organizacional: Possibilidades para a Comunicação Interna<sup>1</sup>**

Gabriele Santos Paz<sup>2</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba/PR

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Claudia Irene Quadros<sup>3</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba/PR

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é identificar pontos de convergência entre as áreas da Comunicação Interna e da Psicologia Organizacional, demonstrando como profissionais de ambas as áreas podem atuar de forma conjunta. Parte-se do pressuposto que a atuação conjunta desses profissionais – cada um com seus conhecimentos específicos – favorece, a princípio, o processo de diagnóstico e de ações do comunicador interno e do psicólogo organizacional. Neste artigo, confrontamos teorias das duas áreas e estudamos as matrizes curriculares de duas universidades que possuem os cursos de Relações Públicas e Psicologia para analisar essa convergência. A partir deste estudo foi possível identificar contribuições para a atuação do psicólogo e do relações públicas.

### **Palavras-chave**

Comunicação Interna; Relações Públicas; Organizações; Psicologia Organizacional.

### **Introdução**

Devido às trocas de informações cada vez mais rápidas, do aumento das demandas laborais e das constantes mudanças, a Comunicação Interna ganhou um papel estratégico. Deixa de ser simplesmente uma troca de informações entre organização e colaboradores, a Comunicação Interna estratégica também passa a ser relacionada com a satisfação e a produtividade no trabalho. Para Candance White (2010, p.13), os empregados, quando bem informados, podem contribuir “para fazer o esforço externo de relações públicas da organização”.

Assim, as atividades que o profissional de Relações Públicas pode exercer na Comunicação Interna se expandem para aprimorar relacionamentos, melhorar o bem-estar dos funcionários, gerar satisfação e garantir a informação de todos eles. Neste contexto, cabe ao profissional de Relações Públicas, que conhece hábitos e preferências dos diversos públicos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Espaço Jovem Pesquisador, na categoria Trabalhos de Conclusão de Curso (monografias), atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Formada em Relações Públicas pela UFPR. E-mail: gabrielesantospaz@gmail.com

<sup>3</sup> Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCOM da UFPR, pós-doutora em Comunicação pela Universidade Pompeu Fabra e doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna. Formada em Jornalismo e Relações Públicas pela UFPR. Orientadora deste TCC. E-mail: clauquadros@gmail.com

organizacionais, compreender os motivos específicos para tomadas de decisões, como a análise das interações que contribuem para a construção do capital social dos funcionários de uma organização.

Entretanto, as matrizes curriculares de cursos de Relações Públicas pouco ou nada oferecem para que o futuro comunicador compreenda o que acontece individualmente com os funcionários. Por exemplo, a disciplina de Teoria e Pesquisa de Opinião Pública oferece subsídios para compreender o comportamento de multidão e de uma massa, a de Teoria das Relações Públicas e de Teorias e Técnicas de Relações Públicas possibilitam que o futuro profissional consiga fazer o mapeamento dos públicos de uma organização, mas são poucos os cursos que oferecem disciplinas específicas para compreender o comportamento de cada indivíduo.

Com a falta de conhecimento sobre comportamento humano, bem como sobre a forma como analisá-lo e interpretá-lo, o profissional de Relações Públicas pode cometer falhas em seus diagnósticos e propor uma ação de comunicação pouco eficaz. Por esse motivo, nesta pesquisa defendemos como é de fundamental importância o trabalho integrado do Relações Públicas e do Psicólogo Organizacional.

A Psicologia Organizacional concentra-se no estudo das relações estabelecidas dentro da empresa entre funcionários com os instrumentos de trabalho, com seus superiores, com o ambiente e com outros colaboradores. Os profissionais dessa área tem capacidade e conhecimento para realizar funções de análise dos ambientes de trabalho, do clima organizacional, de grupos de trabalho e de reações a estímulos internos e externos. De acordo com José Carlos Zanelli, Antonio Virgílio Bittencourt Bastos e Jairo Eduardo Borges–Andrade (2004. p. 56), a Psicologia Organizacional analisa pessoas, grupos e organizações para “construir estratégias e procedimentos que promovam, preservem e reestabeçam o bem-estar”.

Percebe-se que algumas das funções que o Psicólogo Organizacional pode desenvolver são similares e/ou complementares ao exercício do Relações Públicas na Comunicação Interna. Podem até mesmo certificar as ações comunicacionais desenvolvidas pelos RP – por meio de um diagnóstico mais profundo e compreendedor das nuances psíquicas, comportamentais e relacionais dos colaboradores – ou ver seus diagnósticos específicos postos em prática de maneira mais eficiente graças a ação comunicacional estratégica do Relações Públicas.

Esse artigo pretende compreender quais são as semelhanças existentes entre o trabalho do Relações Públicas na Comunicação Interna e a do Psicólogo Organizacional. Para isso,

objetiva identificar os pontos de convergência entre essas áreas, e, assim, mostrar que esses profissionais podem ter atuação conjunta. Além disso, busca analisar os pontos de convergência e divergência entre ambas as áreas para que no exercício de cada uma das profissões seja possível trocas e contribuições.

## **Comunicação Interna**

De acordo com Rildeni Medeiros (2006), a Comunicação Interna é um conjunto de atos que visa o relacionamento da administração com os demais funcionários numa via de mão dupla. A Comunicação Interna, portanto, deve ser de cima para baixo e de baixo para cima na hierarquia. É importante destacar que a Comunicação Interna é uma função estratégica das Relações Públicas dentro das instituições e seu papel possui relevância extrema, visto que mediar as informações internas reflete na imagem da instituição, pois o público interno é o multiplicador e o porta-voz da organização (KUNSCH, 2003).

A Comunicação Interna possui seu fator estratégico por disseminar os objetivos da organização e permitir a compreensão desses pelos colaboradores. Isso faz com que os funcionários desenvolvam uma visão ampla da organização, tornando-os coparticipantes do alcance dos objetivos organizacionais. Entretanto, para se sentirem envolvidos, os colaboradores precisam receber informações que os permitam conhecer seus papéis na organização. Ter colaboradores informados aumenta a motivação, fazendo-os se sentirem responsáveis pelos objetivos e conquistas da empresa. Uma boa Comunicação Interna possibilita não só transmitir dados, como também contribui para uma correta divulgação dos valores, condutas, hábitos e sentimentos que a empresa deseja passar. É por meio desses pontos de atuação que a Comunicação Interna adquire sua característica estratégica.

No plano de comunicação da Rhodia (1985), considerado um clássico nos estudos de Relações Públicas, a Comunicação Interna é observada como estratégica:

A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para a compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis. (RHODIA, 1985. p. 9).

Apesar da maioria das conceituações centrarem-se na característica gerencial e informacional dos comunicados internos de uma organização, a Comunicação Interna possui outras características importantes. Margarida Kunsch (2003, p. 159), lembra que “a comunicação interna deve contribuir para o exercício da cidadania e para a valorização do

homem”. Em outras palavras, é necessário considerar o “fator humano” do funcionário, pois ele possui necessidades, pensamentos próprios e sentimentos. Além disso, constantemente os funcionários de uma organização estão conectando-se uns com os outros e/ou com o ambiente ao seu redor e estabelecendo relações diariamente.

Outro ponto importante a se considerar, é o de que as pessoas passam a maior parte do seu tempo diário trabalhando para organizações. Esse fato por si só, já mostra o quão relevante é fazer com que o ambiente organizacional seja agradável para o bem dos funcionários, e conseqüentemente o da própria empresa. Estudos do Gallup Management Journal (KRUEGER e KILLHAM, 2005) afirmam que funcionários felizes possuem melhores condições para lidar com relacionamentos, estresse e mudanças. Pesquisas relacionadas à felicidade vêm sensibilizando economistas e levando-os a descobrir como a felicidade e o emocional podem afetar o desempenho das pessoas nas organizações. Empresas que procuram entender as conexões entre stress, saúde e bem-estar dos seus funcionários, a fim de obterem maior equilíbrio nessas relações, têm conquistado ambientes internos de maior engajamento, o que faz com que na contemporaneidade, a Comunicação Interna tenha o bem-estar organizacional como um de seus objetivos.

Marlene Marchiori (2008) conceitua a Comunicação Interna dentro dessa visão ao propor que um novo olhar sobre as relações internas. Para ela, essas relações possibilitam a criação e o desenvolvimento de ambientes organizacionais mais saudáveis:

A comunicação interna oportuniza a troca de informações, contribuindo para a construção do conhecimento organizacional, o qual é expresso nas atitudes das pessoas. [...] Promove, portanto, a interação social e fomenta a credibilidade, agindo no sentido de manter viva a identidade de uma organização. (MARCHIORI, 2008, p. 213 – 214).

As definições ressaltadas neste tópico têm algo em comum: não tratam a Comunicação Interna apenas como uma perspectiva informacional, pois imbricam funções dessa área com o bem-estar dos funcionários. Por meio da Comunicação Interna, informações são levadas ao empregado, poder de voz é dado a cada funcionário de uma organização, ela incentiva a participação desses e percebe os seus colaboradores como fundamentais para o funcionamento da organização.

## **Psicologia Organizacional**

A Psicologia Organizacional é uma área que se concentra no comportamento humano relacionado às organizações, ao trabalho e à produtividade. De acordo com José Carlos Zanelli, Antonio Virgílio Bittencourt Bastos e Jairo Eduardo Borges–Andrade (2004), a Psicologia do Trabalho pode ser designada como campo de intervenção e compreensão sobre o trabalho e as organizações. Esse campo busca analisar as interações das múltiplas dimensões que caracterizam pessoas, grupos e organizações com a finalidade de construir estratégias e procedimentos que promovam, preservem e reestabeçam o bem-estar.

Esse campo da Psicologia, busca entender mais profundamente as intersecções presentes entre homem, trabalho e felicidade. Não basta mais apenas compreender as nuances humanas para melhor encaixar colaboradores em determinadas áreas e setores organizacionais. Precisa-se analisar como esses funcionários podem contribuir melhor para o sucesso da organização. Para alcançar todos esses objetivos é preciso, antes de tudo, pensar no bem-estar de cada funcionário.

A Psicologia Organizacional tem como objetivo a eficiência organizacional, e para alcançá-la, busca-se tentar conciliar as necessidades individuais dos trabalhadores com as exigências da organização, enfatizando os modos de utilizar o potencial humano para conseguir a sobrevivência das organizações. Essa área específica da Psicologia problematiza as causas do comportamento humano dentro dos espaços de trabalho entendendo que, para o indivíduo, a organização existe como “entidade psicológica à qual ele reage” (SCHEIN, 1968) e que as características organizacionais exercem influência sobre seu comportamento (ZANELLI, 1994). A Psicologia Organizacional, portanto, está baseada no esquema de relação entre estímulos internos e externos, a partir da noção de que as forças psicológicas atuantes sobre o indivíduo estão ligadas aos grupos e à organização a que pertence.

Os Psicólogos Organizacionais precisam promover e garantir um ambiente saudável e produtivo que assegure tanto as necessidades dos empregados quanto a dos empregadores:

[...] a grande tarefa dos profissionais [Psicólogos Organizacionais] é justamente estabelecer uma relação dinâmica de reciprocidade nas empresas, capaz de gerar um compromisso cooperativo entre proprietários e gestores, de um lado, e trabalhadores, de outro. “ (DIÁLOGOS, 2007, p.27).

A partir dessas constatações, podemos afirmar que essa área específica da Psicologia compreende o estudo e a aplicação desses métodos e técnicas específicas para alcançar um dos seus principais objetivos: o bem-estar dos colaboradores.

Com as explicitações aqui apresentadas podemos concluir alguns fatos primordiais sobre a Psicologia Organizacional: O objeto de estudo dessa área da psicologia está na “intersecção das ações da pessoa e da organização, como um todo complexo, dinâmico, inserido em uma ampla conjuntura” (ZANELLI, 1994, p. 104). Essas interações devem ser analisadas para que o sucesso organizacional seja alcançado, visto que funcionários motivados e felizes com seu ambiente de trabalho geram menos atritos com a empresa. Um dos principais objetos de estudo dessa área são os fenômenos relativos aos processos organizacionais e do trabalho enquanto fazer humano.

### **Matrizes Curriculares**

A fim de perceber se há espaço para a troca de conhecimento entre essas duas áreas dentro das graduações, optamos por analisar matrizes curriculares dos cursos de Relações Públicas e Psicologia. Nesta pesquisa, optamos em analisar as matrizes da UFPR e da PUCPR, por que somente essas instituições ofertam os dois cursos de graduação em Curitiba. Portanto, o *corpus* de análise é constituído por todas as disciplinas obrigatórias ofertadas por quatro cursos, dois de Relações Públicas e dois de Psicologia. As ementas das disciplinas foram coletadas nos sites e portais de alunos das duas instituições no primeiro e segundo semestre de 2019.

Na Universidade Federal do Paraná o curso de psicologia possui 10 períodos, com a oferta de 60 disciplinas. Dentro dessa amplitude disciplinar nenhum conteúdo obrigatório aborda aspectos da comunicação e apenas quatro matérias levam em consideração a Psicologia em nível organizacional ou têm relação com trabalho, mas nenhuma delas traz temas de Relações Públicas e/ou Comunicação.<sup>4</sup>

Já o curso de Relações Públicas, na mesma universidade, tem duas matrizes em andamento: Uma das matrizes é do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, que será extinto a partir do ano de 2020 quando os últimos alunos desse curso se formarem. A outra matriz é do curso de Relações Públicas, que foi criado para atender as Diretrizes Curriculares do MEC de 2013.

Ambos os cursos são divididos em oito períodos: o de Comunicação Social – Relações Públicas possui 36 disciplinas obrigatórias e o de Relações Públicas, 60. Dentre

---

<sup>4</sup> Dados retirados do site oficial do Departamento de Psicologia da UFPR.

essas matérias obrigatórias nenhuma aborda conceitos referentes ao comportamento humano advindos da psicologia.

No conjunto da versão 2018 do currículo de Psicologia da UFPR, existem disciplinas optativas que integram a Psicologia com aspectos da comunicação. Duas que se destacam são: “Psicologia e Processos Simbólicos” e “Psicologia, Comunicação e Semiótica”. Na primeira dessas, conceitos de teoria semiótica, semântica e simbologia são analisados, e na segunda, a semiótica dentro dos diferentes tipos de comunicação. Ambas estabelecem paralelos com a psicologia, obviamente. Já no curso de Relações Públicas da UFPR, uma optativa denominada “Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação: Leituras em Psicologia” foi ofertada durante o segundo semestre de 2019. Essa introduziu conceitos básicos da Psicologia, bem como algumas linhas teóricas da referida área.<sup>5</sup>

Na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), a periodização dos cursos também segue o padrão da UFPR<sup>6</sup>. Nesta universidade o curso de Relações Públicas oferece uma disciplina sobre Psicologia em sua matriz curricular: essa é denominada “Psicologia Social”. Nesta, aspectos subjetivos envolvidos no processo de comunicação, como o processo de recepção da informação e de controle social na comunicação são abordados. Algumas linhas teóricas da Psicologia – dentre elas a organizacional – também são estudados. Na matriz curricular da PUCPR, há ainda a disciplina de projeto “Comunicação Organizacional” que busca entender como funcionam as organizações e seus colaboradores. A ementa também aborda aspectos relacionados à Psicologia.<sup>7</sup>

No curso de Psicologia, há três disciplinas com ênfase em questões sobre trabalho e organizações, mas - como na outra universidade analisada- , não há menção de aspectos da comunicação ou temas de Relações Públicas no currículo obrigatório e não foi possível obter acesso às disciplinas optativas ofertadas.

Dentre as optativas ofertadas pelo curso de Relações Públicas da PUCPR, destaca-se uma: ‘Psicologia Aplicada à Comunicação’. Essa aborda aspectos subjetivos envolvidos no processo de comunicação. Mais a fundo, questões relacionadas ao processo de recepção da informação, bem como diversas linhas teóricas da Psicologia são explicitados. Um ponto específico dessa disciplina a ser posto em evidência, é o fato de que ela aborda a Psicologia Organizacional e institucional e aspectos psicológicos envolvidos no relacionamento

---

<sup>5</sup> Dados disponibilizados aos alunos do Curso de Comunicação Social da UFPR por meio da Coordenação deste.

<sup>6</sup> A matriz curricular do curso de Relações Públicas da PUCPR é referente ao ano de 2018. Uma nova matriz foi estipulada a partir de 2020.

<sup>7</sup> Informações retiradas do Portal do Aluno de estudantes dos cursos de Relações Públicas e da Psicologia da PUCPR e disponíveis no TCC que deu origem a esta pesquisa.

interpessoal e na imagem organizacional. Aspectos importantes para o entendimento da intersecção proposta aqui nesta pesquisa.<sup>8</sup>

Por meio dessa breve análise das matrizes curriculares de duas universidades curitibanas, percebemos que quase não há intersecção de conhecimento entre essas áreas específicas de conhecimento em disciplinas obrigatórias. No curso de Relações Públicas, observamos em apenas uma das universidades a presença de conhecimentos da psique humana advindos da psicologia no currículo obrigatório dos comunicadores. No entanto, não apresenta uma disciplina específica sobre Psicologia Organizacional. Já nos cursos de Psicologia de ambas as instituições analisadas, não há presença de matérias obrigatórias que relacionem o curso com a Comunicação, muito menos com as Relações Públicas.

Percebemos que o espaço reservado para a potencial intersecção entre as áreas fica à disposição de disciplinas optativas e conteúdos transversais – atividades extracurriculares e disciplinas isoladas, por exemplo – podendo ou não ser estudadas pelos graduandos. Disciplinas optativas, normalmente, são oferecidas esporadicamente. Isso significa dizer que podem não ser ofertadas em todos os semestres, ou anualmente, ou apenas uma vez dentro do período de graduação de determinado aluno. Outros fatores que contribuem para a não participação dos graduandos nessas disciplinas são o número de vagas limitado e os horários em que essas acontecem – normalmente são realizadas fora do período estipulado para as obrigatórias.

É perceptível a lacuna na formação de ambos os profissionais ao considerar que tanto as Relações Públicas como a Psicologia não trabalham de forma transdisciplinar. Desse modo, os alunos do curso de Relações Públicas não recebem conhecimentos aprofundados na graduação sobre Psicologia e nem os desta última área discutem questões sobre Comunicação na sua matriz curricular.

## **Similaridades**

Como observado anteriormente, podemos notar a presença de intersecções entre as áreas da Comunicação Interna e da Psicologia Organizacional. Para ilustrar esses fatores de maneira mais clara, segue abaixo um quadro ilustrativo comparando ambas as profissões e suas áreas e/ou práticas convergentes (Quadro 1):

---

<sup>8</sup> Não foi possível obter as ementas das disciplinas optativas do curso de Psicologia da PUC-PR.

### Quadro 1 – Intersecções entre Comunicação Interna e Psicologia Organizacional

Foco de atuação voltado aos colaboradores
Papel estratégico no contexto organizacional do século XXI
Visam o bem-estar dos colaboradores
Objetivam a solução e/ou prevenção de problemas organizacionais
Auxiliam no desenvolvimento organizacional
Possuem relação direta com o clima organizacional
Realizam diagnósticos e propõe ações

Fonte: Paz, 2019.

Tanto o Relações Públicas quanto o Psicólogo Organizacional, trabalham em prol do colaborador e de seu bem-estar. Esse é o foco de atuação de ambos esses profissionais, ainda que, cada qual com sua área de atuação e de práticas específicas.

Conflitos organizacionais podem ser extremamente prejudiciais a uma organização. Esses podem levar a ruídos comunicacionais, insatisfação, queda de produção e gerar, assim, consequências financeiras a empresa. Tanto o Psicólogo Organizacional, quanto o Relações Públicas dentro da Comunicação Interna atuam em busca do bem-estar. A revista (Diálogos 2007), como já mostrado previamente, evidencia esse fato no papel do Psicólogo Organizacional quando diz que a grande tarefa desses profissionais é estabelecer uma relação de reciprocidade nas empresas, capaz de gerar uma cooperação entre proprietários e trabalhadores.

O profissional de Relações Públicas também busca esse balanço diariamente dentro das organizações. Pode-se afirmar que o objetivo desse profissional é organizar o interesse dos públicos com o da organização:

Relações Públicas ou RP constituem uma atividade organizacional voltada para a promoção da boa-vontade entre uma empresa e seus vários públicos. As atividades de RP dirigem-se aos vários componentes corporativos, incluindo empregados [...]”. (SHIMP, 2002, p.480).

Devida às grandes mudanças nos meios de produção e de relação no ambiente laboral, foi necessário que as organizações prestassem mais atenção a seu capital humano. Seres humanos não “funcionam” – e muito menos produzem de maneira efetiva – tendo apenas

suas necessidades básicas supridas. É preciso olhar o colaborador como ser humano e perceber além de suas necessidades básicas – por isso, fala-se tanto em bem-estar do colaborador.

Outra característica comum a ambos os profissionais é sua atuação para com o clima organizacional. Segundo Idalberto Chiavenato (1997), o clima organizacional se trata do conjunto de propriedades mensuráveis no ambiente de trabalho percebido, direta ou indiretamente, pelos indivíduos que vivem e trabalham neste ambiente. Essas propriedades influenciam a motivação e o comportamento dessas pessoas.

Percebemos que o clima organizacional reflete no comportamento das pessoas e como elas interpretam e reagem à organização e seus costumes, valores, usos, cultura e normas. Inferimos, assim, o motivo pelo qual a Psicologia Organizacional está relacionada a esse tema, visto que o clima organizacional está intrinsecamente relacionado ao comportamento dos colaboradores. O autor Peter Spink (2004) corrobora essa afirmação ao declarar que um dos campos de estudo e atuação da Psicologia Organizacional e do Trabalho é o clima e a cultura organizacional.

Já a Comunicação Interna tem como um de seus objetivos o estabelecimento de um ‘clima positivo’. Esse clima seria estabelecido por meio da disseminação de informação para os funcionários – tarefa da Comunicação Interna. Colaboradores informados são menos suscetíveis a criarem ruídos dentro da organização e até mesmo fofocas, o que é um empecilho para as instituições. De acordo com Cleusa Maria Andrade Scroferneker (2007, p. 83) a Comunicação Interna deve:

Contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços à expansão de suas linhas de produto (SCROFERNEKER, 2007, p. 83).

Outras características inerentes a ambas as áreas se trata do diagnóstico e a elaboração de ações. O processo de diagnóstico empresarial se trata da observação de comportamentos organizacionais e apontamentos acerca do que esses podem ser ou porque são causados. A fase de delimitação de ações vem em seguida: caso o que foi diagnosticado traga empecilhos à organização, caminhos práticos serão traçados para ajustar essa situação.

Tanto o Relações Públicas na Comunicação Interna, quanto o Psicólogo Organizacional realizam diagnósticos cotidianamente dentro das organizações e com bases nesses, desenvolvem ações. De acordo com o Conselho Federal de Psicologia, dentre as atribuições do Psicólogo Organizacional estão algumas das seguintes atividades: Elaborar

diagnósticos psicossociais das organizações e desenvolver ações destinadas a atingir as relações de trabalho, no sentido da maior produtividade e da realização pessoal dos indivíduos e grupos, desenvolvendo papéis, modificando atitudes, saneando conflitos indesejáveis e estimulando criatividade.

Para o Relações Públicas essas características também são presentes, como afirma Margarida Kunsch:

[...] a pesquisa em Relações Públicas assegura que informações sobre o ambiente cheguem de forma clara e contribuam para o processo de tomada de decisões nas organizações (KUNSCH, 2003, p.281).

A diferença entre essas funções para cada um dos profissionais é acerca do nível de aprofundamento de cada uma dessas atividades: por ter conhecimentos da psique humana e seus comportamentos, o Psicólogo Organizacional pode reunir diagnósticos muito mais elaborados e completos do que o comunicador. Já o Relações Públicas, possui mais conhecimentos práticos e estratégicos para colocar em prática ações efetivas frente aos problemas organizacionais diagnosticados.

Todas essas breves características em comum das áreas citadas, refletem em outra questão importante: o papel estratégico que ambas possuem no sucesso organizacional.

Neste tópico, similaridades entre a Comunicação Interna e a Psicologia Organizacional foram apontadas. Ao analisar os pontos aqui apresentados, é possível perceber a existência de imbricações teóricas e práticas entre ambas as áreas, e por vezes até complementares. Ilustrar as possibilidades de contribuição mútua entre as áreas é um dos objetivos deste trabalho, fato que foi realizado por meio deste tópico e a melhoria da efetividade organizacional gerada por esses dois profissionais comprova, e por vezes justifica, a existência dessa convergência.

## **Procedimentos Metodológicos**

A trilha metodológica deste estudo começou por meio de pesquisa bibliográfica. Essa, teve importante papel na compreensão dos objetos de estudo deste estudo. Por meio dela foi possível compreender o que são as áreas de Comunicação Interna e Psicologia Organizacional, suas imbricações, campos de atuação e como e onde essas duas podem se relacionar.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (...) Em muitas situações, não há outra maneira de conhecer os fatos passados se não com base em dados bibliográficos. (GIL, 2016, p.30).

Em primeiro lugar, uma leitura exploratória de todos os materiais foi feita com o intuito de identificar quais poderiam ser proveitosas para o objetivo principal desta pesquisa e refletir sobre suas especificidades. De acordo com Jiani Bonin (2006, p. 35) a pesquisa exploratória “implica um movimento de aproximação à concretude do objeto empírico (fenômeno concreto a ser investigado) buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades”.

Após a pesquisa exploratória, realizamos uma leitura analítica dos materiais reunidos. Por meio desta, foi possível identificar os conceitos relacionados com a temática do estudo e separá-los entre os tópicos que seriam explorados. Construir uma atenta reflexão sobre os dados reunidos, e conseqüentemente uma aproximação empírica do fato estudado, permite delinear características específicas do que se está investigando, o que leva a desdobramentos que refinam e definem o objeto de estudo (BONIN, 2006).

A pesquisa documental se caracteriza pela pesquisa “[...] de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa” (GIL, 2008, p. 45). Neste caso, foram utilizadas as ementas das disciplinas obrigatórias dos cursos de Relações Públicas e Psicologia de ambas as universidades curitibanas que possuíam os cursos.

Como o objetivo da análise documental é identificar, em documentos primários, informações que sirvam de subsídio para responder alguma questão da pesquisa, esta metodologia se encaixou com os procedimentos estabelecidos anteriormente ao permitir uma análise com perspectiva educacional das intersecções entre as áreas expostas nos objetivos desta pesquisa.

## **Considerações Finais**

Esta pesquisa teve como principal objetivo identificar semelhanças e contribuições existentes entre o trabalho do Relações Públicas na Comunicação Interna e a Psicologia Organizacional. Também procuramos analisar os pontos de convergência e divergência entre ambas as áreas. Além disso, encontramos práticas específicas dos dois campos que podem ser

utilizadas tanto no da Comunicação Interna como no da Psicologia Organizacional de modo a contribuir para ambos.

Por meio de uma análise referente ao campo teórico de ambas as áreas temáticas deste trabalho, foi possível perceber, de maneira sucinta, quais são as principais similaridades entre as duas: o papel estratégico dentro das organizações, preocupação com o bem-estar dos colaboradores, a solução e/ou prevenção de problemas organizacionais, o auxílio no desenvolvimento organizacional, à relação direta que ambas possuem com o clima organizacional e o fato de realizarem diagnósticos e proporem ações.

A pesquisa documental acerca das ementas das matrizes curriculares dos cursos de Psicologia e Relações Públicas foi fundamental para conhecer conteúdos e perspectivas de ensino. A análise desses documentos curriculares também evidenciou como as matrizes curriculares não proporcionam muitas oportunidades para intersecção entre os conteúdos dessas duas áreas dentro da graduação, com exceção de conteúdos transversais ou optativos.

Entendemos que esta pesquisa possui suas limitações, visto que apenas uma parte específica de todas as imbricações possíveis entre o campo das Relações Públicas e da Psicologia foi estudado, bem como o fato de que a bibliografia existente dessas duas áreas é muito extensa e apenas uma pequena parte dela foi analisada neste artigo.

Apesar disso, o estudo das convergências entre a atuação do Relações Públicas na Comunicação Interna e da Psicologia Organizacional presente neste trabalho já trouxe conclusões iniciais sobre essa temática, principalmente acerca de como as áreas podem aflorar contribuições mútuas. Afinal, o Psicólogo pode trazer maior clareza para os diagnósticos elaborados pelo Relações Públicas e, desse modo, conseguir colaborar para que as ações comunicacionais para resolver problemas organizacionais possam ser mais efetivas. Por meio desta pesquisa, percebemos a necessidade de aprofundar os estudos sobre a pluralidade de intersecções da Psicologia e das Relações Públicas. No Trabalho de Conclusão de Curso de Relações Públicas, defendido em 2019 na UFPR, houve um primeiro passo neste sentido. As aproximações ainda são muito tímidas em ambas as instituições, mas os resultados encontrados merecem maior reflexão. Nesse sentido, pretendemos continuar a dar mais passos em artigos futuros e, assim, tentar contribuir para os estudos destas áreas.

## **Referências**

BONIN, Jiani. Revisitando os bastidores da pesquisa: Práticas metodológicas na construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy. **Metodologias da Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina. 2006. p. 21 – 40.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta, 4ª ed., São Paulo: Atlas, 1997.

DIRETRIZES curriculares nacionais do curso de graduação em relações públicas. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=14243-rces002-13&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14243-rces002-13&Itemid=30192)> Acesso em: 20 jun. 2019

EMENTAS disciplinas obrigatórias psicologia UFPR. Disponível em: <<http://www.humanas.ufpr.br/portal/psicologia/files/2018/04/Ement%C3%A1rio.pdf>> Acesso em 19 jun. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KRUEGER, J.; KILLHAM, E. **At work, feeling good matters**. Gallup Management Journal, dez. 2005. Disponível em: <[https://www.gallup.com/topic/all\\_gbj\\_headlines.aspx](https://www.gallup.com/topic/all_gbj_headlines.aspx)>. Acesso em: 30 mar. 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MARCHIORI, Marlene. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. Vol. 1 Série Comunicação Organizacional. 2.ed São Caetano do Sul: Difusão, 2008

MATRIZ curricular psicologia PUC. Disponível em <[https://www.pucpr.br/wp-content/uploads/2018/07/matriz\\_psicologia.pdf](https://www.pucpr.br/wp-content/uploads/2018/07/matriz_psicologia.pdf)> Acesso em 19 jun. 2019

MATRIZ curricular relações públicas PUC. Disponível em <[https://www.pucpr.br/wp-content/uploads/2018/07/matriz\\_relacoes\\_publicas\\_certo.pdf](https://www.pucpr.br/wp-content/uploads/2018/07/matriz_relacoes_publicas_certo.pdf)> Acesso em 19 jun. 2019

MEDEIROS, Rildeni. **A comunicação interna numa organização pública**. 2006. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal. Disponível em <<http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/handle/123456789/12216>> Acesso em 09 abr. 2019.

OPTATIVAS comunicação UFPR 2019-2. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/0B0gsur19-\\_a5V3oxR3N6OW1HZTBFN3dxQUE3eFpLWHcyYUNB/view?fbclid=IwAR1VIHyKgkqt7bQ4DKPE0iupipQxU7X-mb4FFDssVCzCfTg5\\_EAyU31pWnY](https://drive.google.com/file/d/0B0gsur19-_a5V3oxR3N6OW1HZTBFN3dxQUE3eFpLWHcyYUNB/view?fbclid=IwAR1VIHyKgkqt7bQ4DKPE0iupipQxU7X-mb4FFDssVCzCfTg5_EAyU31pWnY)> Acesso em: 21 jun. de 2019.

PAZ, Gabriele Santos. **A interação do trabalho do Relações Públicas e do Psicólogo Organizacional: Possibilidades para a Comunicação Interna**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

PERIODIZAÇÃO do curso de comunicação social – relações públicas UFPR. Disponível em:<<http://www.sacod.ufpr.br/portal/comunicacao/wp-content/uploads/sites/9/2015/04/Habilita%C3%A7%C3%A3o-em-Rela%C3%A7%C3%B5es-P%C3%BAblicas.pdf>> Acesso em 19 jun. de 2019.

PERIODIZAÇÃO do curso de relações públicas UFPR. Disponível em:<<http://www.sacod.ufpr.br/portal/comunicacao/168-a-curso-de-relacoes-publicas/grade-das-disciplinas-de-rp/>> Acesso em 19 jun. de 2019.

PROJETO pedagógico curso de comunicação social. Disponível em:<<http://www.sacod.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2018/05/projeto-pedag%C3%B3gico-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Social.pdf>> Acesso em 17 mai de 2019.

Revista **DIÁLOGOS** – Psicologia Ciência e Profissão. Brasília: Bárbara Bela Editora Gráfica, Ano 4, N° 5, Dez. 2007.

RHODIA S.A. **Plano de Comunicação Social**. São Paulo, 1985.

SCHEIN, E. H. **Personal Change Through Interpersonal Relationships**. Ed. Homewood, III.: Dosey Press, 1968.

SCROFERNEKER, Cleusa M. **Afinal, o que é comunicação interna?** In: DORNELLES, Souvenir, M.G. (org.) **Relações Públicas: Quem sabe faz e explica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. p. 81-94.

SHIMP, Terence. **Propaganda e Promoção – aspectos complementares da comunicação integrada de marketing**. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. 5a ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SPINK, Peter. **Para Além da Psicologia Organizacional**; Nove Textos Escolhidos. 2004. Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, PUC-SP. Disponível em <[https://www.researchgate.net/profile/Peter\\_Spink/publication/293811582\\_Para\\_Alem\\_da\\_Psicologia\\_Organizacional\\_nove\\_textos\\_escolhidos\\_Versao\\_Preliminar/links/56bb6adf08ae7be8798bbcde/Para-Alem-da-Psicologia-Organizacional-nove-textos-escolhidos-Versao-Preliminar.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Peter_Spink/publication/293811582_Para_Alem_da_Psicologia_Organizacional_nove_textos_escolhidos_Versao_Preliminar/links/56bb6adf08ae7be8798bbcde/Para-Alem-da-Psicologia-Organizacional-nove-textos-escolhidos-Versao-Preliminar.pdf)> Acesso em 16 jun 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). Setor de Artes, Comunicação e Design. **Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social**. Curitiba, 2019. Disponível em: <<http://www.sacod.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2018/05/projeto-pedag%C3%B3gico-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Social.pdf>> Acesso em: 03 abr. 2019

WHITE, Candance, VANC, Antoaneta, STAFFORD, Gena (2010). **Internal Communication, Information Satisfaction, and Sense of Community: The Effect of Personal Influence**. Kentucky: Taylor & Francis Group, LLC. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10627260903170985>>. Acesso em: 17 fev. 2019

ZANELLI, J.C.; BASTOS, A. V. B.; BORGES-ANDRADE, AJ. E. **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

ZANELLI, J.C; **O Psicólogo nas Organizações de Trabalho: formação e atividades profissionais**. Florianópolis: Paralelo 27, 1994.