

Relações públicas, comunicação organizacional e questões informacionais: análise de suas inter-relações em periódicos latino-americanos

Public relations, organizational communication and informational issues: analysis of their interrelationships in Latin American journals

Marcelo Pereira da Silva¹ | [ORCID ID](#)

marcelosilva_rp@hotmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Brasil

Tamara de Souza Brandão Guaraldo² | [ORCID ID](#)

tamara.guaraldo@unesp.br

Universidade Estadual Paulista, Brasil

María Eugênia Porém³ | [ORCID ID](#)

maria.porem@unesp.br

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Celia Retz Godoy dos Santos⁴ | [ORCID ID](#)

celia.retz@unesp.br

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Recepción: 02/09/2020 Revisión: 29/10/2020 Aceptación: 17/12/2020 Publicación: 22/12/2020

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-12-223-246>

Resumo

As relações públicas são uma atividade de natureza complexa, não apenas no que tange à sua atuação nas organizações, mas em virtude do difuso arcabouço teórico que dificulta a construção de uma rede conceitual que justifique sua existência e relevância. No ambiente organizacional se destaca o sistema comunicacional e a disseminação de informação que ao lado das relações públicas são igualmente fundamentais para as funções administrativas internas e do relacionamento com os ambientes externos e os diferentes públicos

¹Marcelo Pereira da Silva, Professor do Programa de Pós-graduação em Linguagens, Mídia e Arte e do curso de Relações Públicas da PUC-Campinas, Brasil. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4363-8736>

²Tamara de Souza Brandão Guaraldo, Professora do Programa de Pós-graduação em Ciências da Informação da Universidade Estadual Paulista - UNESP (PPGCI) y do curso de Relações Públicas de UNESP-Bauru. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7925-2021>

³María Eugênia Porém, Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista - UNESP (PPGCOM) y do curso de Relações Públicas da UNESP-Bauru. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0761-7797>

⁴Celia Retz Godoy dos Santos, Professora do Programa de Pós-graduação em Mídia e tecnologia da Universidade Estadual Paulista-UNESP (PPGMIT) y do curso de Relações Públicas da UNESP-Bauru. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4473-8122>

estratégicos. Neste contexto, as relações públicas, a comunicação organizacional e a informação se tornam conceitos que perpassam a realidade de grande parte das organizações, já que se enleiam aos processos organizativos e produtivos cujas funções e atividades influenciam nas relações, interferindo no planejamento, resultados e objetivos institucionais. O objetivo central é investigar os elementos que emergem da intersecção de relações públicas, comunicação organizacional e informação nas organizações em periódicos latino-americanos. De natureza exploratória e qualitativa, a metodologia é de revisão sistematizada, resultando na identificação de quatorze artigos. Destes, metade prioriza o conceito de comunicação organizacional em suas dimensões de controle e informacional relacionadas à gestão, aos procedimentos, fluxos e processamento de informações. O conceito de comunicação integrada se destaca em quatro artigos por meio de visão sistêmica enquanto as relações públicas são conceituadas de modo polissêmico em seis artigos e estão ligadas tanto a fontes informativas quanto à relação das organizações com seus diferentes públicos. A informação aparece como processo e conhecimento de forma abrangente, associada a sistemas, técnicas e tecnologias. Infere-se que o conceito de comunicação organizacional representa o baluarte que sustenta os três conceitos nos artigos analisados os quais se associam às atividades de gestão, amalgamando informação, comunicação e relações públicas com a finalidade de facilitar a transmissão e o acesso às informações, promovendo abertura de canais de diálogo (formais e informais), interação social e credibilidade.

Palavras-chave: Relações públicas, Comunicação organizacional, Informação, América Latina, Artigos científicos.

Abstract

Public relations is a complex activity regarding its role in organizations and the diffuse theoretical framework that makes it difficult to build a conceptual network to justify its existence and relevance nowadays. In the organizational environment, alongside public relations, the communication system and dissemination of information are equally fundamental for the internal administrative roles and the relationship with the external environments and the different strategic audiences. In that organizational context, information management is inherently related to organizational communication and improved informational offer for developing people in the organizational context. Public relations, organizational communication, and information are interwoven with most organizations' reality as they are linked to the organizational and productive processes, and their roles and activities influence relationships and interfere in planning, results, and institutional objectives. Organizations include different types of people who work and use communication and information to make sense of daily work. In that respect, public relations act as facilitators between organizations and different audiences. Therefore, the relationship between these three concepts – public relations, organizational communication, and information – refers to organizations' world and how they deal with the exchange and sharing of meanings that influence the social, cultural, and economic environment. This study was motivated by the need to understand how theoretical frameworks and affinities are built between organizational communication, public relations, and information in scientific journals in Latin America. It aims to investigate the key elements that emerge from the intersection between public relations, organizational communication, and information in organizations. Besides, it analyzes the interrelationships of public relations, organizational communication,

and information in Latin American journals. This study is exploratory and qualitative, and its methodology is a systematic review, which identified 14 articles. Of those, half prioritize the concept of organizational communication in its control and informational dimensions related to management, procedures, flows, and information processing. The concept of integrated communication emerges in four articles through a systemic view. Public relations are conceptualized in a polysemic way in six articles and are linked to both information sources and organizations' relationship with their different audiences. Information comprehensively appears as both a process and knowledge associated with systems, techniques, and technologies. The articles prioritize a functionalist notion of organizational communication as an articulating axis between the three concepts and is linked to management, which mixes information, communication, and public relations to promote access to information and dialogue. Regarding the concepts' interrelationships, only four out of the 14 articles developed all of the terms selected in the search. Furthermore, it is inferred that organizational communication represents the stronghold that supports the three concepts in the analyzed articles. Those are associated with management activities, amalgamating information, communication, and public relations to make it easier to convey and access information, promoting the opening of dialogue channels (formal and informal), social interaction, and credibility, thus collaborating to build the image, identity, and reputation of ambivalent and intricate contemporary organizations.

Keywords: Public Relations, Organizational communication, Information, Latin America, Scientific articles.

Sumário

1. Introdução
2. Marco teórico
3. Metodologia
4. Resultados
5. Discussão e Conclusões
6. Referências

Summary

1. Introduction
2. Theoretical Framework
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and Conclusions
6. References

1. INTRODUÇÃO

A relação entre informação e comunicação não se refere apenas ao mundo cotidiano, mas às organizações que lidam com questões de intercâmbio e compartilhamento de significações na sociedade. Wolton (2006: 16) afirma que a informação habita o nível da mensagem e da distribuição o mais livremente possível ao passo que a comunicação enseja um movimento de apropriação que considera as condições em que o receptor “recebe, aceita, recusa, remodela” as mensagens e discursos que circulam na cotidianidade.

As organizações são compostas por diversas modalidades de agrupamentos de pessoas que se associam para trabalhar por meio do desempenho de funções e de objetivos comuns para satisfazer alguma necessidade social (Kunsch, 2003). Porém, além das funções, ao incorporar valores, crenças e normas, as organizações trazem para si as inevitáveis relações suscitadas por questões culturais e vínculos em relação aos processos de gestão, circulação, mediação, acesso e disseminação da informação como um tema permeado pela negociação de sentidos entre alteridades que se encontram e enxertam mais vida à existência (Marcondes Filho, 2018).

O objetivo deste artigo é investigar os elementos fundamentais que emergem da intersecção entre relações públicas, comunicação organizacional e informação nas organizações por meio de uma abordagem exploratória com três finalidades: 1. desenvolver suposições, 2. propiciar a familiarização do pesquisador com o fato e 3. alterar e/ou clarear conceitos (Marconi e Lakatos, 2008). A pesquisa exploratória, qualitativa, tem como método o levantamento bibliográfico (Gil, 2002) e se vale de revisão sistematizada (Codina, 2018) que seleciona, apresenta e discute artigos científicos da área de Comunicação e Informação na América Latina por meio de palavras-chave que evidenciam conexões entre relações públicas, comunicação organizacional e informação.

Justifica-se a realização deste estudo pela necessidade de compreender como se dão os aspectos teóricos com afinidades entre comunicação organizacional, relações públicas e informação em periódicos latino-americanos, discutindo como esses termos são mobilizados

em 14 artigos selecionados do total de 40 revistas qualificadas como A na plataforma Sucupira⁵ no período de 1998 a 2018.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Relações públicas, comunicação organizacional e a questão da informação: aproximações e desafios

As relações públicas são uma atividade de natureza complexa, não apenas no que tange à sua atuação nas organizações, mas, também, em virtude do difuso arcabouço teórico que dificulta a construção de uma rede conceitual que justifique sua existência e relevância para as organizações contemporâneas. As relações públicas facilitam e promovem a troca de valor entre pessoas, empresas, consumidores, comunidades e sociedades (Ries e Ries, 2002) e devem atuar como serviço de inteligência comunicativa (Simões, 2001, 2006), criando coerência entre as metas da organização e as expectativas dos públicos (Lattimore, *et. al*, 2012), gerindo relacionamentos que quanto mais simétricos forem, maior a reputação positiva. Simões (2006) argumenta que a informação é a matéria-prima da atividade de relações públicas ainda que essa conexão seja pouco estudada. A informação é essencial às relações públicas uma vez que ao pesquisar a organização e seus públicos, diagnosticar, prognosticar, assessorar lideranças, implementar e avaliar as ações comunicativas, necessita de informação para manter o sistema de pesquisa e busca de dados para reduzir incertezas na gestão política da organização (Simões, 2006).

Pinchot e Pinchot (1994) apontam que em organizações inteligentes as informações são amplamente divulgadas e que o funcionário só consegue se comprometer com elas quando tem claro o conhecimento dos destinos que elas almejam. Evidencia-se a importância da comunicação organizacional como processo específico pelo qual a informação se movimenta numa organização, e entre ela e seu ambiente (Shermerhorn, Hunt e Osborn, 1999). Assim o sistema comunicacional e a disseminação de informação nas organizações são fundamentais para o processo das funções administrativas internas e de seu relacionamento com o meio externo. Trata-se de um processo transacional que envolve indivíduos, departamentos,

⁵ É uma base de dados que coleta informações e realiza avaliações. É referência do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG) do Brasil e considerada fonte segura quanto à análise de revistas nacionais e internacionais pelo sistema Qualis-Capes que categoriza os periódicos em A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C. Com reformulações de 2019, as revistas deverão passar, em 2021, aos Qualis A1, A2, A3 e A4, B1, B2, B3, B4 e C.

unidades e organizações, no qual a comunicação organizacional desempenha quatro funções: 1) controle (mediante a hierarquia predisposta pela organização); 2) motivação (transparência de informações por meio dos colaboradores, emissão de retroação e contribuição para melhoria contínua); 3) expressão emocional (relacionamento aproximado entre os colaboradores); e 4) informacional (emissão de informações que colaboram para a tomada de decisões) (Robbins, Judge e Sobral, 2010).

Crucial a abordagem de Kunsch (2003) acerca da comunicação integrada, a qual coordena as atividades de comunicação nas organizações e o conjunto de cada setor resulta em uma comunicação eficaz, direcionando as áreas por meio de uma atuação sinérgica da comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa. Por esta razão, torna-se imprescindível um trabalho em conjunto e que entenda o papel da cultura organizacional, definida por Schein (1986) como um modelo de suposições básicas, assumido como verdadeiro, inventado e adotado por um grupo por ter sido eficiente para resolver seus próprios problemas e que se compartilha pelo grupo. Para Marchiori (2008), a cultura apenas se forma quando os funcionários se relacionam, ou seja, emerge quando existe a comunicação atuando na construção de significados e gerando contextos de interação e relacionamento.

Ao compreender a informação como processo inerente à cultura e às organizações se atenta para sua significação. Buckland (1991) define três significados de informação: informação como processo, informação como conhecimento e informação como coisa. O uso do sentido “informação como processo” refere-se ao ato de informar, a comunicação do acontecimento; a “informação como conhecimento” denota aquilo que se percebe na informação como processo, um conhecimento comunicado, uma redução da incerteza; e “informação como coisa” se atribui para objetos e documentos que são considerados informativos por ter a qualidade de conhecimento comunicado. O autor propõe uma quarta definição, a de processamento da informação, que se refere ao tratamento da informação como coisa, obtendo-se novas versões dessa informação.

Posteriormente, Saracevic (1999) condensou três significados do conceito de informação: o primeiro, de âmbito restrito, como propriedade de uma mensagem e que pode ser estimada em probabilidade; o segundo é mais amplo, pois envolve cognição e compreensão, resultante da interação entre uma mente e um texto, e é o que altera um estado de conhecimento. E o

terceiro, que abarca um sentido ainda mais complexo, pois a informação existe num contexto, envolve ação, tarefa e processamento cognitivo, motivação e intencionalidade, ou seja, decorre de uma ação do indivíduo, mas marcada por um horizonte social e cultural. A perspectiva social e cultural se faz presente na perspectiva da mediação da informação, conceito definido como ação de interferência de agentes sociais que propiciam a apropriação da informação, que satisfaça plena ou parcialmente uma necessidade informacional. Conforme Almeida Júnior (2009: 97), os sujeitos possuem um conhecimento prévio e o constroem na relação com os outros e o mundo, já que “a informação altera um conhecimento preexistente, interferindo na construção desse novo conhecimento”.

A perspectiva de Wolton (2011) se enleia a um paradigma social da informação, pois se desenvolveu na dimensão científica e técnica, como suporte, notícia, tecnologia, porém alerta que falta desenvolver a dimensão relacional. Justamente na dimensão relacional se pode observar o nexo entre as relações públicas, a comunicação organizacional e a informação.

A informação, que era concebida como estoque a ser preservado, também passa a ser vista em relação aos processos de mediação e circulação que assumem importância social, bem como o seu acesso e distribuição, enfatizando sua natureza pública: “[...] a informação não se apresenta mais como uma questão individual, é um problema social” (Kobashi e Tálamo, 2003: 11). Numa atuação articulada às relações públicas e comunicação organizacional na organização e difusão de informações, entra em cena a gestão da informação como área que oferece suporte às organizações para melhorar processos e gerar competitividade para o negócio. Como área que se ocupa da geração, acesso, organização, transmissão, recuperação, comunicação e uso da informação, a gestão da informação também lida com o estudo do contexto em que está inserida a informação (Valentim, 2008).

Neste cenário, a gestão da informação (Belluzzo, 2017), ao atender as necessidades e demandas de sujeitos, passa por mudanças contínuas referentes à criação de um ambiente favorável ao compartilhamento de informações, à constituição de significado e à construção de conhecimento, já que alicerça a tomada de decisão. Seu desempenho está em promover a informação como insumo crítico e sensibilizar sobre a corresponsabilidade no processo de gestão, incentivar o compartilhamento da informação em processos da organização, estabelecer uma arquitetura informacional para a facilidade do trânsito de dados e sua

interpretação, garantir a segurança dos fluxos e dos repositórios de informação, avaliar a disponibilidade e o acesso aos dados e às informações de forma contínua, estabelecendo procedimentos de estímulo que capacitem os colaboradores no acesso à informação apropriada.

Ao lidar com os fluxos de informação nas organizações e com os processos comunicacionais que capacitam os sujeitos no acesso e uso de informação relevante (Kunsch, 2003), a gestão da informação se relaciona intrinsecamente com a problemática de como comunicação pode aperfeiçoar a oferta informacional para o desenvolvimento dos sujeitos organizacionais.

3. METODOLOGIA

Este estudo aborda as inter-relações da comunicação organizacional, relações públicas e informação em artigos científicos de periódicos latino-americanos da área de Comunicação e Informação, inicialmente, o período foi de 10 anos, mas a busca trouxe poucos resultados e se ampliou para 20 anos, de 1998 a 2018. Alicerçado na pesquisa bibliográfica (Gil, 2002) e revisão sistematizada como procedimento metodológico, se consideraram quatro fases: busca, avaliação, análise e síntese (Codina, 2018). O motivo de se realizar uma revisão “[...] decorre da necessidade de pesquisadores sintetizarem informações existentes sobre algum fenômeno de forma detalhada” (Affonso, 2018: 38). As revisões sistematizadas são realizadas em um grupo bem identificado de artigos, preferencialmente (não apenas) artigos de revistas científicas, selecionados nas fases de busca e avaliação, como ilustra a Figura 1.

Figura 1. Fases da revisão sistematizada



Fonte: Adaptado de Codina (2018).

Na fase de busca se utilizou a base de dados *Sucupira*, plataforma brasileira para coletar informações, realizar análises e avaliações, a qual possui um sistema avaliativo denominado Qualis-Periódicos que classifica a produção científica no que se refere às revistas científicas numa escala de A a C, no qual as revistas A são as mais bem avaliadas.

A plataforma foi acessada primeiramente em março de 2019 e buscaram-se revistas científicas por meio de critérios de avaliação: apenas revistas da América Latina disponíveis on-line, avaliadas na área de Comunicação e Informação com Qualis A (A1 e A2), totalizando quarenta (40) revistas que atenderam aos critérios.

Figura 2. Periódicos Qualis A1 e A2 selecionados na América Latina

BRASIL
1. Dados
2. Informação & sociedade
3. Perspectivas em Ciência da Informação
4. Transinformação
5. Anais da Academia Brasileira de Ciência
6. Anais do Museu Paulista
7. Bakhtiniana
8. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi
9. Cadernos de Saúde Pública
10. Pagu
11. Comunicação, mídia e consumo
12. E-compós
13. Educação & sociedade
14. Em questão
15. Encontros Bibli.
16. Estudos Avançados
17. Estudos feministas
18. Revista FAMECOS
19. Galáxia
20. História, ciências, saúde -Manguinhos.
21. Horizontes antropológicos
22. Informação & Informação
23. Intercom: revista brasileira de ciências da comunicação
24. Interface
25. Matrizes
26. Novos estudos CEBRAP
27. Opinião pública
28. RAE (Revista de administração de empresas)
29. Revista Brasileira de Gestão de Negócios
30. Revista de antropologia
31. Sociedade e Estado
32. Tempo
COLÔMBIA
33. Cuadernos de musica, artes visuales y artes escenicas
34. Palabra Clave
35. Revista interamericana de bibliotecologia
MÉXICO
36. Investigación bibliotecológica: archivonomia, bibliotecologia e información
37. Acta poética
38. Comunicación y sociedade
PERU
39. Biblios
EQUADOR
40. Chasqui: revista latinoamericana de comunicación

Fonte: Elaborado pelos autores, 2019.

Após a seleção das revistas e de acordo com os objetivos do estudo, em agosto de 2019, foi realizada nova fase de busca, desta vez nos sites das revistas. A busca utilizou os seguintes critérios de avaliação:

- a) Somente artigos que apresentaram no título, resumo e/ou palavras-chave um dos seguintes descritores: relações públicas; informação; comunicação organizacional; gestão da comunicação e informação (ou gestão e comunicação da informação); gestão da informação.
- b) Obrigatoriamente, os artigos deveriam apresentar os termos relacionados (no mínimo dois, exceto os que apresentassem apenas relações públicas e comunicação organizacional).
- c) Nos processos de busca, optou-se pela seleção dos termos “informação” quando relacionado a “relações públicas” e “comunicação organizacional” a fim de evitar duplicações nas buscas, o que ocorria quando se buscava o termo composto (por exemplo: gestão da informação).

4. RESULTADOS

Para este levantamento foram considerados apenas os artigos que expuseram o termo informação relacionado com os de comunicação organizacional e/ou relações públicas em seus títulos ou palavras chave, totalizando quatorze trabalhos.

No cômputo geral, oito foram produzidos no período de dez anos (2009-2018), seis em cinco anos (2014-2018) e, para ampliar a busca, se consideraram artigos com publicação anterior a 2009, que somam seis. Do total, nove deles foram publicados em revistas científicas do Brasil, dois em revistas do Peru, dois em revistas do Equador e um no México. As revistas brasileiras *Perspectivas em Ciência da Informação*, *Em questão* e *Revista FAMECOS* apresentaram dois artigos cada, assim como a revista peruana *Biblios* e a equatoriana *Chasqui* e as demais apenas um.

Após a seleção do *corpus* para análise, foram realizadas as leituras interpretativas dos artigos recuperados para se fazer análise em duas etapas. A primeira, com a finalidade de identificar as perspectivas conceituais dos termos “relações públicas”, “comunicação organizacional” e “informação”. E a segunda, a fim de estabelecer as inter-relações destes conceitos.

Figura 3. Corpus da análise

Nº	Periódico	Título do artigo	Autor(es)	Ano
1	Perspectivas em Ciência da Informação (Brasil)	Comunicação organizacional e tecnologias da informação e comunicação (TICs) na gestão hospitalar	Fábio Campos Aguiar Vera Lúcia Peixoto Santos Mendes	2016
2	Matrizes (Brasil)	A participação das assessorias de comunicação do GDF na aplicação da Lei de Acesso à Informação	Janara Souza Elen Galdes Fernando Oliveira Paulino	2016
3	Perspectivas em Ciência da Informação (Brasil)	Avaliação dos espaços de construção de conhecimento da Escola de Tecnologia da Faculdade Projeção de Brasília	Jonathan Rosa Moreira Jefferson Bruno Pereira Ribeiro	2015
4	Biblios (Peru)	Comportamento informacional <i>versus</i> comunicação: aplicação de modelos em contextos multidisciplinares	Cecília Morena Maria da Silva Jonathan Rosa Moreira Juliana Rocha de Faria Silva	2014
5	Biblios (Peru)	Funciones de la documentación informativa en la comunicación externa de los gabinetes de prensa	Juan-Francisco Torregrosa Carmona	2014
6	E-Compós (Brasil)	Comunicação organizacional, tecnologias e vigilância: entre a realização e o sofrimento	Rudimar Baldissera	2014
7	Informação & Informação (Brasil)	A comunicação organizacional em unidades de informação	Elizabeth Andrade Duarte Rogério Manoel de Oliveira Braga	2012
8	Em Questão (Brasil)	Gestão do conhecimento: categorização conceitual	Lillian Alvares Sofia Galvão Baptista Rogério Henrique de Araújo Júnior	2010
9	Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación (Equador)	CIESPAL, pionero en la comunicación organizacional	Marta Lucía Buenaventura	2007
10	Comunicación y Sociedad (México)	La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación	François Demers Alain Lavigne	2007
11	Em Questão (Brasil)	Discurso gráfico como ferramenta de produção de significação na comunicação organizacional	Marlene Branca Sólido	2006
12	Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación (Equador)	La gran rectoría del CIESPAL	Humberto López López	2004
13	Revista FAMECOS (Brasil)	Rol de los comunicadores corporativos en el establecimiento de una agenda económica informativa de calidad	Bárbara Délano Alfonso Paulina Gómez Lorenzini	2001
14	Revista FAMECOS (Brasil)	Análise de situação de relações públicas na mídia	Roberto Porto Simões	1998

Fonte: Elaborado pelos autores, 2019.

Pode-se observar que dos quatorze artigos analisados, apenas quatro trouxeram todos os três termos selecionados na busca e desenvolvidos conceitualmente. A comunicação

organizacional é abordada em sete dos quatorze artigos (1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11 e 12) em suas dimensões de controle e também informacional, desempenhando um papel administrativo/gerencial e instrumental relacionado a normas e procedimentos, ferramentas, aspectos administrativos e hierárquicos que priorizam os fluxos, os processos e o processamento de dados e informações no âmbito organizacional.

A esfera cultural perpassa todas as dimensões da comunicação organizacional, com destaque em seis dos quatorze artigos (6, 7, 8, 9, 11 e 12), abordada como eixo central de processos e dinâmicas da organização (Buenaventura, 2007) e como intrínseca ao fenômeno informacional que a transmite e alimenta (López-López, 2004). Por fim, em menor número aparece a função motivacional (em cinco artigos) e emocional (em quatro artigos), dimensões identificadas com o aspecto relacional da comunicação.

O conceito de comunicação integrada permeia as discussões apresentadas em quatro artigos (1, 3, 7 e 9) e nestes se destaca uma visão sistêmica e de controle que entende a comunicação organizacional como: “[...] um conjunto de normas e valores organizacionais e individuais que direcionam sua conduta, dando suporte à manutenção da missão e da visão organizacionais” (Moreira e Ribeiro, 2015); envolve o conhecimento, o estudo de grupos de interesse, planejamento, políticas de comunicação e instrumentos comunicacionais para unificar mensagens e alcançar posicionamento estratégico (Duarte e Braga, 2012; Buenaventura, 2007). Também se relaciona à construção da imagem, à promoção da interação social e ao fomento da credibilidade, atuando na construção e manutenção da identidade (Aguar e Mendes, 2016).

A abordagem dos artigos latino-americanos analisados prioriza a dimensão sistêmica e gerencial (administrativa e de controle) da comunicação organizacional aliada à sua função informacional, porém com destaque ao papel da cultura organizacional e ao conceito de comunicação integrada. A comunicação organizacional enfatiza mudanças e é um processo de influência mútua (Silva, Moreira e Silva, 2014), constituindo-se do patrimônio cultural da organização que circula tanto de modo informal como formal, agregando valores subjetivos e compondo o imaginário dos sujeitos organizacionais (Sólio, 2006).

Figura 4. Corpus da análise

Artigo	Resumo dos conceitos
1	<p>RP – Não houve referência ao conceito.</p> <p>CO – Comunicação administrativa que engloba fluxos, veículos e redes formais e informais.</p> <p>Informação – Fundamentos da sociedade em rede e das Tecnologias da Informação e Comunicação.</p>
2	<p>RP – O artigo não aborda o conceito.</p> <p>CO – Relacionada à comunicação pública na dinâmica de assessorias e trocas comunicativas.</p> <p>Informação – Relacionada a documentos e transação entre registros e usuários.</p>
3	<p>RP – São parte da CO, cuja filosofia é a convergência de diversas áreas.</p> <p>CO – Ligada à perspectiva da comunicação organizacional integrada de Kunsch (2003).</p> <p>Informação – Atividade de busca, uso e transferência de informação.</p>
4	<p>RP – O artigo não faz referência ao conceito.</p> <p>CO – Visão transacional que enfatiza mudanças nos comunicadores/emissores/receptores.</p> <p>Informação – Comportamento informacional, de busca, uso e pesquisa.</p>
5	<p>RP – Arelada às fontes informativas cujo sucesso depende de planejamento e gestão documental.</p> <p>CO – Coordenação, criação, análise, desenvolvimento, difusão e controle da gestão da informação.</p> <p>Informação – Gestão da informação na comunicação organizacional e de fontes de informação.</p>
6	<p>RP – O artigo não aborda o conceito de RP</p> <p>CO – Processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais.</p> <p>Informação – O conceito está ligado às Tecnologias Digitais da Comunicação e da Informação.</p>
7	<p>RP – Mediadoras do setor estratégico da CO por meio de valores e processos interativos.</p> <p>CO – Processo de comunicação integrada que envolve conhecimento, estudo de grupos de interesse, planejamento, políticas e instrumentos de comunicação.</p> <p>Informação – Ligado às unidades de informação, ao processamento, tratamento, manuseio e obtenção de informação.</p>
8	<p>RP – Este conceito não é abordado.</p> <p>CO – Compartilhamento e cultura: deve ser incentivada por meio de ferramentas de CO.</p> <p>Informação – Processamento da informação para gerar novas informações úteis e aplicáveis.</p>
9	<p>RP – O artigo cita, mas não define as RP.</p> <p>CO – Campo teórico e prático da CO integrada que responde às necessidades das organizações.</p> <p>Informação – Relacionada às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como ferramenta para se alcançar êxito na comunicação organizacional.</p>
10	<p>RP – Responsável pela manutenção do acesso aos meios de comunicação e aos debates públicos.</p> <p>CO – Sua definição não é evidenciada no artigo.</p> <p>Informação – Produção de conteúdos socialmente significativos e politicamente pertinentes.</p>
11	<p>RP – Não aborda o conceito.</p> <p>CO – Comunicação como patrimônio cultural que agrega valores ao imaginário dos sujeitos.</p> <p>Informação – Regras na construção de enunciações informativas com poder de efetivar o consumo.</p>
12	<p>RP – O artigo não aborda o conceito de RP</p> <p>CO – Sistema circulatório das organizações numa visão sistêmico-controladora.</p> <p>Informação – Entendida como coisa, mas também conhecimento para a transformação social.</p>
13	<p>RP – Função de criar, estabelecer, manter ou melhorar a confiança e a compreensão mútua.</p> <p>CO – O texto não inclui conceitos sobre a CO.</p> <p>Informação – Elemento de poder que favorece a conquista de imagem organizacional positiva.</p>
14	<p>RP – Gestão da instância política da organização por meio de processo de relacionamento.</p> <p>CO – O artigo não aborda o conceito.</p> <p>Informação – Dado dotado de relevância e propósito, unidade de análise, consenso e medição.</p>

Fontes: Os autores, 2019.

As relações públicas aparecem conceituadas em seis dos quatorze artigos; em dois, os autores referenciam as relações públicas, mas não desenvolveram nenhuma rede teórica. Em seis artigos, não há nenhum conceito sobre a área. As definições e conceitos explorados pelos autores ratificam a polissemia das relações públicas, sua dificuldade de construir uma identidade e a falta de uma rede teórica (Simões, 2001, 2006) que justifique sua existência. Cada um dos seis artigos apresenta um conceito diferente de relações públicas, a saber:

1. São uma convergência de áreas;
2. Estão ligadas a fontes informativas (mídia);
3. São mediadoras do setor estratégico da organização;
4. Debatem a condução de assuntos públicos;
5. Criam, estabelecem e melhoram a confiança e a compreensão mútua;
6. Gerem a instância política das organizações.

Essa profusão conceitual revela certa fragmentação da área, a saturação de ecletismos que misturam definições, conceitos e princípios das ciências sociais (Simões, 2006) e a distância que se estabelece do lugar de promotoras de troca de valor entre pessoas e organizações, como apontam Ries e Ries (2002). Tampouco os artigos posicionam as relações públicas como atividade que deve atuar como serviço de inteligência comunicativa baseado em informação, produzindo coerência entre as metas da organização e as expectativas de seus públicos, como defende Lattimore, *et. al* (2012).

Quanto à informação, aparece em todos os artigos as dimensões apontadas por Buckland (1991): coisa, conhecimento, processo e processamento da informação, destacando o uso conceitual referente à noção de conhecimento, apontada em oito dos catorze artigos analisados. Em seguida, se evidencia o conceito de informação como processo associado à cognição em sete artigos. Nestes ela é enfatizada como processo e conhecimento que abrangem processamento cognitivo e compreensão (Saracevic, 1999), resultando de atividades de busca, uso e transferência de informação nas quais o usuário se engaja quando identifica as próprias necessidades informacionais (Moreira e Ribeiro, 2015). Ainda nesta esfera, também se identifica a informação ao ato de informar a notícia de um fato ou acontecimento, que surge quando é usada como sinônimo de notícia, veiculada em meios de comunicação (Simões, 1998).

Já o conceito de processamento figura em seis artigos e o de informação como coisa em três, evidenciando a conexão às tecnologias da informação e da comunicação, aos sistemas de informação e também às atividades de *clipping* (Simões, 1998), criação de fundos bibliográficos e bibliotecas, publicações como relatórios de pesquisas e criação de revista e materiais audiovisuais (López-López, 2004). A informação como coisa se mostra em menor aspecto em três artigos selecionados e se relaciona a documentos, questões de posse, acesso e transmissão, materiais bibliográficos, revistas, relatórios, publicações, sobressaindo a ideia de transação entre registro e usuários.

Quanto ao sentido restrito de informação ligado à propriedade da mensagem (Saracevic, 1999) aparece quando se conceitua informação como qualidade do dado e ligada à redução da incerteza (Simões, 1998). Já a dimensão complexa, apontada por Saracevic (1999) como aquela que abraça tanto a dimensão individual – motivação e intencionalidade – quanto a social e cultural – usuário no contexto –, relacionando informação e conhecimento e ao poder em um contexto específico, como o caso das organizações (Délano-Alfonso e Gómez-Lorenzini, 2001). A informação em sua dimensão social aparece apenas em três artigos (10,11 e 12) quando se realça o papel da informação na retroalimentação do tecido social e do conhecimento, sem a qual não haveria cultura nem identidade (López-López, 2004), na produção de conteúdos socialmente significativos e politicamente pertinentes (Demers e Lavigne, 2007), e quando se abre ao receptor para que tenha o poder de efetivar o consumo da mensagem recebida e transformar o seu conhecimento em novas possibilidades de interpretação (Sólio, 2006). A perspectiva da mediação da informação é utilizada em um artigo para demonstrar que o bibliotecário, ao interagir com os usuários e auxiliá-los nas etapas do processo de busca da informação, atua como educador, criando um ambiente que estimula o aprendizado (Silva, Moreira e Silva, 2014).

Quanto aos autores mais citados nos artigos latino-americanos, observa-se que em primeiro lugar, com sete citações, está Rudimar Baldissera, autor da área de relações públicas. Com quatro citações aparecem os autores da administração, um de origem austríaca, mas com carreira internacional na área, Peter Drucker; e uma brasileira, Vera Lúcia Peixoto Santos Mendes. Os filósofos franceses Michel Foucault e Edgar Morin são mencionados em quatro citações. Também a autora brasileira da área de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Margarida Kunsch, tem quatro citações. Com três citações cada despontam autores

da área de Gestão do Conhecimento como Choo, Nonaka e Takeuchi, e da área de administração como o autor James Brian Quinn. O sociólogo espanhol Manuel Castells também consta em três citações, assim como o sociólogo inglês John B. Thompson. O autor canadense François Demers, da área de Comunicação Pública, apresenta três citações. Os autores brasileiros Roberto Porto Simões e Marlene Branca Sólito, da área de Comunicação Organizacional e Relações Públicas contam com três citações. Autores da Ciência da Informação como o brasileiro Jayme Leiro Vilan Filho e o autor inglês de comportamento informacional Tom D. Wilson são encontrados em três citações cada.

O Quadro 3 expõe as inter-relações dos termos, nas quais se observa que a comunicação organizacional aparece como o conceito articulador das relações públicas e da função informativa das organizações, evidenciando que a comunicação organizacional se relaciona instrumentalmente à informação, aportando o suporte de mediação para os usuários da informação, das buscas e dos usos da informação (Silva, Moreira e Silva, 2014).

Observando o Quadro 3, se destaca a inter-relação da comunicação organizacional e sistemas e tecnologias de informação em quatro artigos analisados (1, 6, 8 e 11). A inter-relação da comunicação organizacional e informação que se processa via sistema se percebe em três dimensões: 1) organizacional, que deve atender às demandas das organizações; 2) humana, que é representada pelos indivíduos que registram os dados e os utilizam quando depositados nos sistemas; e 3) tecnológica, que é baseada nas TICs (Aguiar e Mendes, 2016).

Quando os autores conceituam a comunicação organizacional com base em sua função administrativa, verifica-se a ênfase em estudos que enfatizam os fluxos, barreiras, veículos, instrumentos de transmissão, redes formais e informais de acesso e compartilhamento de informação (Moreira e Ribeiro, 2015; Silva, Moreira e Silva, 2014).

A inter-relação da comunicação organizacional e informação também se exerce por meio da atividade de gestão (gestão da informação, gestão do conhecimento e gestão estratégica) em seis artigos (3, 5, 7, 8, 9 e 12). A comunicação organizacional aparece como coordenadora da gestão informativa por meio de documentos e se opera a inter-relação dos três conceitos quando a comunicação organizacional se utiliza de estratégias de relações públicas, contribuindo para introduzir informações de caráter humano na agenda midiática (Torregrosa-Carmona, 2014).

Quadro 1. Análise das inter-relações dos termos encontradas nos artigos

Artigo	Dimensões encontradas
1	O sistema de informação é conceituado como articulador entre a CO ⁶ e a informação, um conjunto de componentes inter-relacionados que se utilizam para sentir, comunicar, analisar e apresentar informações que melhorem a capacidade organizacional.
2	A inter-relação se dá na comunicação pública, aliando o processo informativo e comunicativo nas organizações. A CO exige mais do que o processo informativo, pois requer se alce a condição comunicativa com papel de abrir canais de diálogo.
3	A inter-relação da comunicação organizacional e informação se dá via Gestão do Conhecimento, Aprendizagem Organizacional e Cultura Organizacional e é nomeada como um espaço de Construção de Conhecimento.
4	A CO está baseada em um conceito funcionalista de transmissão de informações ou em transações entre o emissor e o receptor. A comunicação se inter-relaciona com a informação pela “transferência da informação” e “troca de informação”.
5	A ligação das relações públicas com os canais e as fontes de informação em que a CO é coordenadora da gestão informativa e a gestão da informação ocorre por meio de documentos com o suporte das relações públicas.
6	A inter-relação ocorre no conceito de TDCI no qual a informação é matéria prima da comunicação. A informação é o conteúdo da comunicação e as TDCI realizam o processamento capaz de gerar conhecimento na perspectiva da CO.
7	CO e informação estão ligadas à gestão estratégica das organizações. A inter-relação tem a CO como função harmonizar a comunicação externa com a interna, bem como criar clima motivador nas unidades de informação que atuam com indivíduos.
8	A inter-relação se estabelece na gestão ao considerar os elementos que facilitam o processo de compartilhamento do conhecimento: as formas de comunicação organizacional, as TICs e a Gestão da Informação.
9	A gestão atua como eixo de inter-relação da comunicação organizacional, informação e relações públicas, no atendimento a diferentes públicos e no uso da informação e tecnologia que auxilia nesses relacionamentos.
10	A inter-relação ocorre na utilização da informação pela comunicação organizacional pública, com foco para a contribuição na formação da opinião pública, nas eventuais decisões, seja de governos, empresas, capitaneado pelo relações públicas.
11	A comunicação pressupõe interpretação entre o dado informado e o repertório anterior de quem o recebeu. Os vários processos de comunicação nas/das organizações estão intimamente relacionados aos sistemas de gerenciamento da informação.
12	A inter-relação se dá na atuação do Centro Interamericano de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), citado como órgão regente e gestor, aglutinador da informação, comunicação e relações públicas no continente americano.
13	As relações públicas atuam em duas frentes: 1. Uma maneira de comportar-se; 2. Um modo de informar, de comunicar com o objetivo de estabelecer e manter relações de confiança e no exercício de uma política de comunicação sistemática e continuada.
14	A inter-relação ocorre na função das RP em analisar as informações que são publicizadas sobre as organizações, na concepção de relações públicas e sua interface com a mídia.

⁶ Chama-se de CO a comunicação organizacional e de RP, relações públicas.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2019.

Deste modo, a visão que emerge da revisão sistematizada é que o ato de transmitir informações é condição basilar para que seja possível a comunicação, mas, além disso, a comunicação organizacional precisa abrir canais de diálogo e usar instrumentos de comunicação capazes de criar fluxos multilaterais para que seja efetiva (Souza, Geraldês e Paulino, 2016).

As inter-relações entre os conceitos – relações públicas (RP), comunicação organizacional (CO) e informação – surgem quando se conceitua a CO como estratégica em processos de redefinição das RP da organização com seu entorno, na interação com seus públicos e na apropriação da informação e das TICs que se requer para concretizar estas relações (Buenaventura, 2007).

5. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Com base na discussão teórica, no levantamento de dados e na análise que se apresentam, embora não seja possível fazer generalizações por se tratar de um estudo qualitativo, limitado a uma busca em periódicos latino-americanos classificados pela plataforma *Sucupira* num determinado período (de 1998 a 2018) e que apresentaram as inter-relações dos termos “relações públicas”, “comunicação organizacional” e “informação”, pode-se afirmar que:

- São poucos os artigos e autores que se dedicaram a discutir estes assuntos inter-relacionados, com apenas quatorze artigos encontrados no período de 20 anos. Falta uma discussão mais aprofundada das temáticas no nexo de umas com as outras.
- Metade dos artigos latino-americanos acentuam a comunicação organizacional na dimensão gerencial, de controle e coligada à esfera instrumental e informativa, com destaque para o conceito de comunicação integrada e ênfase na cultura organizacional em quatro artigos.
- Quanto às relações públicas, ainda é conceituada profusamente nos seis artigos que as definem. Isto permite entrever que a área, apesar de sua consolidação como prática profissional na gestão dos relacionamentos entre organizações e públicos, carece de uma rede teórica lógica que justifique sua existência por meio de um sistema preciso e inteligível de

definições, leis e princípios desenvolvidos e aprofundados pela crítica persistente, abandonando a aceitação reiterada de autores (Simões, 2001).

- A informação surge de várias formas: como coisa, conhecimento, processo e processamento da informação, sendo relevante sua associação à noção de conhecimento, que aparece em oito dos catorze artigos analisados.

- No que se refere às inter-relações dos conceitos, o que se distingue é que dos quatorze artigos, somente quatro desenvolveram todos os três conceitos/termos selecionados na busca.

- Já o conceito de comunicação organizacional é o eixo articulador dos três termos nos artigos analisados e se associa às atividades de gestão, amalgamando informação, comunicação e relações públicas com a finalidade de prover a transmissão e o acesso às informações, e promover abertura de canais de diálogo (formais e informais), interação social e credibilidade, colaborando na construção da imagem e identidade da organização.

- A comunicação integrada surge como conceito interveniente capaz de responder às necessidades organizacionais de transmitir de forma clara e sinérgica aos públicos informações sobre o que a organização faz, sua identidade e valores, e ainda com potencial de abrir canais de comunicação e redes de relacionamento.

- No que tange à convergência das relações públicas com a informação e a comunicação organizacional, destaca-se que, embora a área de RP tenha na informação o substrato fundamental para o desenvolvimento de planos, programas, projetos, estratégias, etc., a “essência” de suas práticas deve considerar também a comunicação em um sentido ontológico, como a definem Wolton (2006, 2011) e Marcondes Filho (2018): negociação de sentidos em relações que imprimem mais vida à existência das alteridades que povoam as organizações. Estes fundamentos estão em colisão frontal com os modelos de comunicação organizacional e de informação que emergem da maioria dos artigos analisados, o funcionalista instrumental, que dista da perspectiva relacional (Lattimore, *et. al*, 2012), da função emocional, do encontro, troca de valor, função organizacional e política (Simões, 2006; 2001), da mediação da informação (Almeida Junior, 2009) e em sua dimensão social (Kobashi e Tálamo, 2003).

A revisão sistematizada alcança o objetivo de evidenciar lacunas em investigações e levar a efeito conclusões gerais sobre algum fenômeno social (Affonso, 2018). Como se evidencia neste artigo, discutir as inter-relações em publicações latino-americanas possibilita visualizar os múltiplos e relações dos conceitos de informação, comunicação e relações públicas, pavimentando a via para novos estudos que contribuam com o aperfeiçoamento das ambivalentes e complexas organizações contemporâneas.

6. REFERÊNCIAS

AFFONSO, E.P. (2018). *A insciência do usuário na fase de coleta de dados: privacidade em foco* [tese de doutorado]. Marília, Brasil.: Universidade Estadual Paulista. <http://hdl.handle.net/11449/154737>

AGUIAR, F.C. e MENDES, V.L.P.S. (2016). Comunicação organizacional e tecnologias da informação e comunicação (TICs) na gestão hospitalar. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 21(4), 138-155. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2690>

ALMEIDA JÚNIOR, O.F. (2009). Mediação da informação e múltiplas linguagens. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, 2(1), 89-103. http://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/01/pdf_9aa58ba510_0007871.pdf

BELLUZZO, R.C.B. (2017). Bases teóricas de gestão da informação: das origens aos desafios na sociedade contemporânea. *Palavra Chave*, 7(1), e027. <https://doi.org/10.24215/18539912e027>

BUCKLAND, M.K. (1991). Information as thing. *Journal of the American Society of Information Science*, 45(5), 351-360.

BUENAVENTURA, M.L. (2007). CIESPAL, pionero en la comunicación organizacional. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 97, 62-65. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i97.411>

CODINA, Ll. (2018). Revisões sistematizadas para trabalhos acadêmicos: 1: conceitos, fases y bibliografía. *Lluís Codina*, 11 abril. <https://www.lluiscodina.com/revisiones-sistematizadas-fundamentos/>

DÉLANO -ALFONSO, B. e GÓMEZ-LORENZINI, P. (2001). Rol de los comunicadores corporativos en el establecimiento de una agenda económica informativa de calidad. *Revista FAMECOS*, 8(16), 59-81. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2001.16.3138>

DEMERS, F. e LAVIGNE, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, 7, 65-87. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>

DUARTE, E.A. e BRAGA, R.M.O. (2012). A comunicação organizacional em unidades de informação. *Informação & Informação*, 17(3), 181-197. <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2012v17n3p181>

GIL, A.C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo, Brasil: Atlas.

KOBASHI, N.Y. e TÁLAMO, M.F.G.M. (2003). Informação: fenômeno e objeto de estudo da sociedade contemporânea. *TransInformação*, 15(n. especial), 7-21. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-37862003000500001>

KUNSCH, M.M.K. (2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 5ª ed. São Paulo, Brasil: Summus.

LATTIMORE, D. *et. al.* (2012). *Relações públicas: profissão e prática*. 3 ed. Porto Alegre, Brasil: AMGH.

LÓPEZ-LÓPEZ, H. (2004). La gran rectoría del CIESPAL. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 87, 22-25. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i87.366>

MARCHIORI, M. (org.) (2008). *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. 2ª ed. São Caetano do Sul, Brasil: Difusão.

MARCONDES FILHO, C. (2018). *Comunicologia ou mediologia? A fundação de um campo científico da comunicação*. São Paulo, Brasil: Paulus.

MARCONI, M.A. e LAKATOS, E.M. (2008). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. 7ª ed. São Paulo, Brasil: Atlas.

MOREIRA, J. R e RIBEIRO, J.B.P. (2015). Avaliação dos espaços de construção de conhecimento da Escola de Tecnologia da Faculdade Projeção de Brasília. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 20(3), 22-50. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2043>

PINCHOT, G. e PINCHOT, E. (1994). *O poder das pessoas: como usar a inteligência de todos dentro da empresa para conquistar o mercado*. Rio de Janeiro, Brasil: Campus.

RIES, A. e RIES, L. (2002). *A queda da propaganda: da mídia paga à mídia espontânea*. Rio de Janeiro, Brasil: Campus.

ROBBINS, S.P., JUDGE, T.A. e SOBRAL, F. (2010). *Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro*. 14ª ed. São Paulo, Brasil: Pearson Prentice Hall.

SARACEVIC, T. (1999). Information Science. *Journal of the American Society for Information Science*, 50(12), 1051-1063. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(1999\)50:12%3C1051::AID-ASI2%3E3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(1999)50:12%3C1051::AID-ASI2%3E3.0.CO;2-Z)

SCHEIN, E.H. (1986). *Organizational culture and leadership*. San Francisco, USA: Jossey-Bass Publishers.

SHERMERHORN, J.R., HUNT, J.G. e OSBORN, R.N. (1999). *Fundamentos de comportamento organizacional*. Porto Alegre, Brasil: Bookman.

SILVA, C.M.M., MOREIRA, J.R. e SILVA, J.R.F. (2014). Comportamento informacional versus comunicação: aplicação de modelos em contextos multidisciplinares". *Biblios*, 57, 43-58. <https://doi.org/10.5195/biblios.2014.193>

SIMÕES, R.P. (2006). *Informação, inteligência e utopia: contribuições á teoria de relações públicas*. São Paulo, Brasil: Summus.

SIMÕES, R.P. (2001). *Relações públicas e micropolítica*. São Paulo, Brasil: Summus.

SIMÕES, R.P. (1998). Análise de situação de relações públicas na mídia. *Revista FAMECOS*, 5(9), 126-131. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.1998.9.3018>

SÓLIO, M.B. (2006). Discurso gráfico como ferramenta de produção de significação na comunicação organizacional. *Em Questão*, 12(2), 367-386.
<https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/135>

SOUZA, J., GERALDES, E. e PAULINO, F.O. (2016). A participação das assessorias de comunicação do GDF na aplicação da Lei de Acesso à Informação. *Matrizes*, 10(1), 165-179.
<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i1p165-179>

TORREGROSA-CARMONA, J.F. (2014). Funciones de la documentación informativa en la comunicación externa de los gabinetes de prensa. *Biblios*, 57, 67-76.
<https://doi.org/10.5195/biblios.2014.199>

VALENTIM, M.L.P. (org.) (2008). *Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação*. São Paulo, Brasil: Polis: Cultura Acadêmica.

WOLTON, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo, Brasil: Paulus.

Forma de citar este artículo:

PEREIRA DA SILVA, M., DE SOUZA BRANDÃO GUARALDO, T., PORÉM, M.E y RETZ GODOY DOS SANTOS, C. (2020). Relações públicas, comunicação organizacional e questões informacionais: análise de suas inter-relações em periódicos latino-americanos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 223-246. Recuperado el __ de _____ de _____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-12-223-246>