



Comunicação não-verbal e Relações Interpessoais: um estudo da análise do profissional de Relações Públicas na empresa BCLA¹

Bruna Carolina Alves de BRITO²
Lívia Cristina Enders de ALBUQUERQUE³
Sandra Nunes LEITE⁴
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

RESUMO

Comunicação não-verbal consiste na troca de mensagens através do corpo, porém pode possuir diversos significados, a depender da cultura em que se está inserido. Os estudos sobre isso surgiram antes mesmo das pesquisas acerca da comunicação verbal e foram divididos por Knapp (1982) em dois grupos: o primeiro apresenta um modo físico do corpo e o segundo, um modo ambiental. A proposta desse artigo é perceber a influência do profissional de Relações Públicas no relacionamento interpessoal, através da análise da atuação do mesmo e o diálogo de seu corpo, realizada na empresa BCLA⁵. Tem também, por finalidade estudar o primeiro grupo de Knapp e suas teorias, as relações interpessoais e seus aspectos motivacionais psicológicos numa empresa, bem como apresentar a relação existente entre a Comunicação não-verbal e as Relações Públicas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação não-verbal; Relações Interpessoais; Relações Públicas;

INTRODUÇÃO

O corpo humano se comunica como um elemento significativo na relação entre os indivíduos. Além de revelar verdades escondidas, ele expõe ideias e também favorece, ao mesmo tempo que pode dificultar, o entendimento daquilo que pretende comunicar. Observar a comunicação do corpo é uma ferramenta utilizada como estratégia para melhorar o relacionamento interpessoal nas empresas.

As empresas têm valorizado cada vez mais a linguagem corporal não-verbal. Essa realidade pode ser observada em entrevistas de emprego, que além do que se diz, também é levado em consideração a gesticulação do indivíduo. Nos processos seletivos estão

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Relações Públicas do COS-UFAL, email: brunabritto05@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Relações Públicas do COS-UFAL, email: licacris.ea@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas do COS-UFAL, email: snunesleite@gmail.com.

⁵ Nome fictício criado para preservar à imagem da empresa física.



solicitando mais constantemente as dinâmicas de grupo e as interações dos entrevistados entre si. Além disso, estão prezando mais pelos relacionamentos interpessoais nas empresas, geridos pelo profissional de Relações Públicas, através da linguagem do corpo e sua movimentação.

Freud (1996, p.72) explica que “quem tem olhos para ver e ouvidos para ouvir pode convencer-se de que nenhum mortal pode guardar um segredo. Se seus hábitos permanecem silenciosos ele conversa com a ponta dos dedos; a revelação transpira dele por todos os poros”. Em outras palavras, as pessoas estão mais atentas à linguagem do corpo humano, seja individualmente ou coletivamente, para atingir uma comunicação mais eficaz.

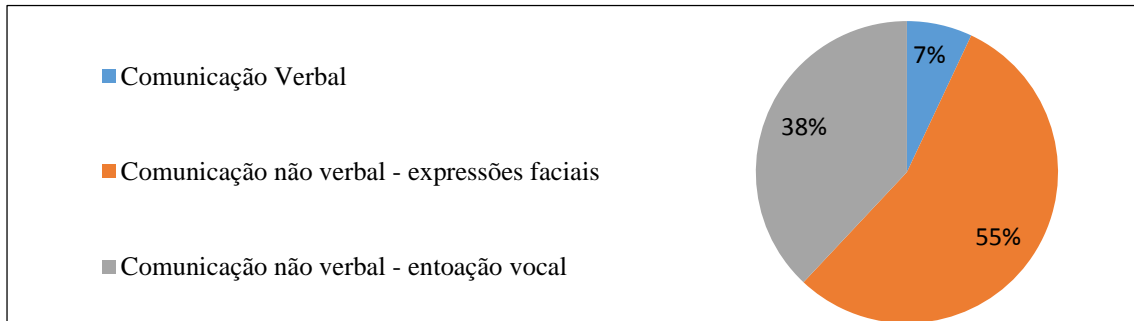
Nesse sentido, a comunicação não-verbal é a linguagem através do corpo e foi dividida, por Knapp (1982), em dois grupos. Sem desconsiderar a importância do segundo grupo, esse artigo abordará um estudo sobre as teorias do primeiro grupo, por sua importância e relação direta nos relacionamentos. Também destacará a necessidade de aprendizado e aprimoramento da forma pela qual as relações interpessoais estão sendo desenvolvidas, por meio da comunicação não-verbal, nas empresas.

Foi necessária também uma abordagem sobre as relações interpessoais e seus principais motivadores psicológicos como um estudo dos indivíduos de uma empresa, a fim de perceber a forma como tais relações ocorrem e a presença da comunicação não-verbal na mesma. E, por fim, a partir de uma análise sobre a atuação do profissional de Relações Públicas da empresa BCLA, de forma que pudesse ser observada a linguagem de seu corpo, agregadas às suas práticas de comunicação, baseada nas teorias do primeiro grupo, da comunicação não verbal, foi desenvolvido também um estudo sobre a relação do profissional de Relações Públicas com a comunicação não-verbal.

COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL

Em tempos passados, o ser humano já sabia se comunicar antes mesmo de utilizar a linguagem como modo de se expressar. Porém, quando se fala em comunicação, dar-se mais importância à verbalização, do que a “fala” do corpo. A comunicação humana não se resume apenas à linguagem verbal, também envolve gestos, expressões faciais e corporais, que compõem a comunicação não-verbal. Para Harry Pross (1971), toda comunicação, seja humana ou não, começa e termina no corpo. Nesse sentido, Mehrabian

(PEASE, 2005) explica que em um aspecto global, a força causada pela mensagem compõe:



(Figura 1 – Comunicação em aspecto global)

A comunicação não-verbal surgiu antes da comunicação verbal. Segundo Rector & Trinta (1985), uns utilizam o termo como algo abrangente e opositor à comunicação verbal, outros caracterizam como uma atividade expressiva que vai além das palavras. Já Corraze (1982) define a comunicação não-verbal como algo que não se restringe apenas ao ser humano, que pode ser considerada como as diferentes medidas utilizadas pelos seres vivos para se comunicar, não apenas aqueles que se fazem uso da linguagem verbal.

A comunicação não-verbal consiste no envio de mensagens através do corpo e possui diversos significados, a depender da cultura de cada local, além de poder transmitir crenças e valores a comunidade e a população. Com o uso do corpo, esse processo de se comunicar tornou a comunicação muito mais clara do que aquela que se utiliza apenas das palavras. Para Souza, Leal e Sena (2010), a comunicação não-verbal agregou valor, pois a mesma tem a autonomia de afirmar ou negar o que é transmitido pela comunicação verbal, a depender do que o corpo comunicar.

A mensagem transmitida pela comunicação não-verbal pode demonstrar diversos sentidos, além de revelar e compartilhar sensações. Segundo Argyle (1978), tal mensagem pode ser repassada a partir da distinção dos canais corporais, são eles: expressão facial, os olhos, gestos e movimentos posturais, contato corporal, roupa, aspecto físico, comportamento espacial, bem como os aspectos da aparência.

Knapp (1982) é considerado um especialista nessa área e classificou a comunicação não-verbal de forma bem detalhada. Ele a subdividiu em sete áreas: a) movimento corporal ou cinésica; b) características físicas; c) comportamentos táteis ou



tacênica; d) paralinguagem; e) proxêmica; f) artefatos e g) o meio ambiente. Tais áreas se dividem em dois grupos.

O primeiro apresenta diferentes unidades expressivas como a face, o olhar, o odor, a paralinguagem, os gestos, as ações e a postura. O segundo também apresenta várias unidades de expressão como a moda, os objetos do cotidiano e da arte, até a própria organização dos espaços: físico (pessoal e grupal) e ambiental (doméstico, urbano e rural). (MESQUITA, 1997, p. 158).

Esse artigo aborda as áreas relacionadas ao primeiro grupo especificamente, pois observa-se que os profissionais que estão atuando nas áreas de comunicação, como, por exemplo, os Relações Públicas, estão se utilizando mais de critérios que abordam o movimento humano e seu corpo. Nas empresas em que estão inseridos, o profissional de Relações Públicas está considerando cada vez mais “a voz do corpo” em seus relacionamentos interpessoais.

Cinésica

Para Terciotti e Macareno (2009), a teoria da cinésica é a parte da semiótica que analisa a movimentação do corpo como sinais não-verbais de comunicação. Em outras palavras, ela estuda o significado expressivo dos gestos que acompanha os atos linguísticos (postura e expressões faciais).

A cinésica é a teoria responsável pela definição, tanto da movimentação como da posição do corpo, além de estar inserida nas relações interpessoais, em diferentes culturas. Sua análise ocorre sobre o corpo humano por inteiro, porém o que mais se utiliza para expor os sentimentos, são as chamadas expressões faciais.

Estudiosos afirmam que culturas diferentes influenciam na interpretação dos gestos e sinais, pois cada pessoa vai interpretar de forma diferente, a depender do contexto social e cultural. Para o comunicador, a cinésica é necessária para manter expressões, tanto do corpo como da face, sob controle nos chamados relacionamentos interpessoais.

Paralinguagem

A paralinguagem é a teoria que se utiliza de elementos não-verbais considerando características utilizadas na transmissão e modificação de emoções, bem como na expressão vocal. Essa parte da comunicação não-verbal permite, além da palavra literal,



outros aspectos que inclui a voz, como, por exemplo, o tom, ritmo, volume e também pausas que possam ocorrer durante a pronúncia verbal.

O silêncio também é considerado um modo de paralinguagem, na comunicação não-verbal, de suma importância. Santos (2007) afirma que:

[...] ficam, portanto, excluídos os cacoetes nervosos, que não comunicam, e os assobios, que comunicam, mas não entram na conversa. Desta forma, comportamento paralinguístico é comunicação não-verbal, embora nem toda comunicação não-verbal seja paralinguística. (RECTOR & TRINTA, 1985, p.50).

Tal teoria também destaca a voz para dar dicas na linguagem verbal e a mesma ainda utiliza métodos, como o negrito e o itálico, para enfatizar palavras importantes. Em uma empresa, mais especificamente no processo de comunicação do local, a paralinguagem tem função de importância, pois estabelece uma ação de influência, na questão da percepção de seus colaboradores.

Proxêmica

Proxêmica é um termo criado pelo antropólogo estadunidense, Edward T. Hall e tem como objetivo estudar as inter-relações existentes entre o uso do espaço e o homem na comunicação. Essa teoria considera aspectos de aproximação, seja consciente ou não, de outra pessoa. Para o antropólogo, existem quatro distâncias interpessoais:

1. Distância Íntima - Aquela que se reserva a um limite de pessoas e permite contato físico. Varia de 0 a 50cm de distância;
2. Distância Pessoal – Aquela distância de amigos íntimos, onde podem conversar à vontade. Varia de 50cm a 1,20m de distância.
3. Distância Social - Aquela que é o limite do poder de um sobre o outro. Distância de contatos pessoais, comum. Varia de 1,20m a 3,6m de distância.
4. Distância pública - Aquela considerada por personalidades oficiais. Acima de 3,6m de distância.

Em suma, a proxêmica estuda o espaço das relações interpessoais, o modo de interação humana numa empresa ou numa organização. Tal comunicação é considerada a base da relação humana e é necessária que seja estabelecida de forma eficaz para que as pessoas consigam entender a importância dessa teoria.



Tacêsica

Tacêsica é a teoria da comunicação não-verbal que analisa o contato corporal, a pele. Está diretamente relacionada à cultura das pessoas que estão se comunicando. A teoria estuda características dos seres humanos, pois considera que seus sensores provocam certas alterações, que são conhecidas como emoções.

Cada emoção também gera um padrão único de sensações em nosso corpo. Ao nos familiarizamos com elas, podemos ficar cientes, desde o início, de nossa resposta emocional, a fim de termos alguma chance de escolher se conservamos a emoção ou se interferimos nela. Cada emoção também representa sinais únicos, principalmente na fisionomia e na voz. (EKMAN, 2011, p.15).

O foco da tacêsica é o toque. O toque em várias funções, seja em saudações, para se fazer notar a presença de alguém, no conforto e até mesmo na chamada de atenção. Independente da cultura em que se está inserido, o toque está presente, muito embora seja considerado de forma diferente, por questão de hábito. Por isso, pode ser considerado um modo de se comunicar.

Essa teoria se destaca por perceber a importância dos aspectos do que não foi dito em determinado processo de comunicação, pois eles facilitam a compreensão do que o comunicador quer relatar. Nas empresas, a tacêsica auxilia nas relações interpessoais, mais especificamente, na comunicação interna, uma vez que interage diretamente com os colaboradores. Tal teoria emite um afeto interpessoal, de identificação, de sensação e troca de informações.

RELAÇÕES INTERPESSOAIS E SEUS MOTIVADORES

Muitos problemas de relacionamento interpessoal surgem nas empresas a partir de um mal-entendido. Por isso, é necessário compreender a importância de um trabalho realizado em conjunto. Tal relação age diretamente na comunicação verbal e/ou não-verbal dos colaboradores. Por este motivo, cabe ao profissional de Relações Públicas elaborar um processo de comunicação que contribua de forma promissora no ambiente de trabalho.

Comunicação e relação interpessoal estão presentes em qualquer grupo. Deste modo, é necessário aprender a lidar com cada um desse grupo, pois a comunicação e o relacionamento são as melhores maneiras que se tem de resolver conflitos internos,



proporcionando um ambiente onde se possa trabalhar bem. “Exatamente por isso temos de estar trabalhando num local onde eu me sinta bem. Tenho de ter uma família onde nos sentimos bem. Temos de nos sentir bem em nosso convívio familiar; nos relacionar socialmente e nos sentir bem. Sempre”. (CRIVELARO; TAKAMORI, 2006, p.20).

Teixeira (2014) explica que a relação interpessoal está diretamente associada à competência de se relacionar bem dentro de uma organização, através da interação. Tal interação auxilia na compreensão de saber conviver com pessoas diferentes, uma vez que o convívio e a afinidade sejam necessários para a realização de projetos em equipe.

O relacionamento interpessoal desenvolvido através de processos de interação, estão ligadas às situações compartilhadas no ambiente de trabalho, bem como a sentimentos desenvolvidos pelos indivíduos. Para que as relações interpessoais e o processo de interação deem certo, é fundamental o comprometimento por parte das pessoas envolvidas e é necessário abdicar de algo presente no interior de cada indivíduo em prol de um relacionamento interpessoal adequado. Nesse caso, a afetividade, a autoestima e a empatia são motivadores psicológicos considerados principais no auxílio para se chegar ao que deseja.

Segundo Crivelaro e Takamori (2014), a afetividade é algo espontâneo que aparece quando há uma preocupação com o outro; que surge numa aproximação ou numa conversa qualquer, geralmente as que ocorrem num ambiente de trabalho. Já a autoestima pode ser considerada o sentimento que leva as pessoas ao seu estado de motivação, sendo também o modo de estar feliz consigo mesma. Ela é considerada de suma importância numa relação, pois é necessário que uma pessoa tente elevar a autoestima da outra, o que acontece através de gestos. Por fim, a empatia, que é definida como a compreensão de um indivíduo, uma vez que o mesmo pode se colocar no lugar do outro, seja psicologicamente ou sentimentalmente.

Visto isso, o profissional de Relações Públicas precisa, de certa forma, saber gerir a comunicação interpessoal de modo que cada um conheça suas habilidades, onde as mesmas se encaixem e de que forma possam respeitar o espaço e as diferenças dos indivíduos do grupo no qual fazem parte. Essa comunicação e a convivência vão promover o bom desenvolvimento e andamento da empresa.

RELAÇÕES PÚBLICAS E O DIÁLOGO DO CORPO



Responsável pela gestão da comunicação e pelo relacionamento interpessoal numa empresa, o profissional de Relações públicas tem como função relevante visualizar e perceber o diálogo do corpo, além de potencializar esses gestos como forma de comunicação. Tal função também se responsabiliza pela interação e processo de *feedback*⁶ com o público interno, bem como revela a personalidade interior dos indivíduos e suas emoções.

O diálogo do corpo ou linguagem corporal está relacionada às expressões dos indivíduos que não se comunicam totalmente pela comunicação verbal, mas também por meio do comportamento físico. Ela mostra posturas e/ou gestos que são realizados através de diferentes partes do corpo. Tais expressões sofrem influência do ambiente do ser que está analisando-as.

É possível analisar o significado dos recursos não verbais, mas, visivelmente, é perceptível que o gesto consiste no recurso mais utilizado pelos indivíduos. Com a medida que se fala, o corpo ganha forma e os gestos podem ser desenvolvidos de forma voluntária ou inconsciente, mas poderá potencializar os pensamentos positivamente ou negativamente, bem como as ideias.

Os autores Allan & Barbara Pease (2005)⁷, explicam que:

[...] 93% da comunicação humana é feita através de expressões faciais e movimentos do corpo. Quando aprendemos a prestar atenção em nossa linguagem corporal e a interpretar corretamente a dos outros, passamos a ter maior controle sobre as situações, pois podemos identificar sinais de abertura, de tédio, de atração ou de rivalidade e agir de forma adequada aos nossos objetivos.

Nesse sentido, foi realizada uma análise da linguagem corporal de um profissional de Relações Públicas, da empresa BCLA, devido ao mesmo ser o principal gestor no processo de relação interpessoal. Baseando-se nas teorias da comunicação não-verbal, cinésica, paralinguagem, proxêmica e tacêsica, foi possível identificar a forma como o profissional agia e se ia de acordo com os objetivos da empresa, fazendo-se necessária a construção da imagem da pessoa e do local inserido.

A empresa BCLA e sua funcionária deram total apoio ao artigo, solicitando apenas que seus nomes fossem preservados. Sua análise foi realizada posteriormente a um

⁶ Palavra inglesa que significa dar resposta a um determinado pedido ou acontecimento.

⁷ Referência colhida em livro eletrônico, sem numeração de páginas.



período de observação e foi percebido que suas atitudes, muitas vezes, não condiziam com sua linguagem verbal, fazendo com que os demais funcionários tivessem uma imagem ruim da Relações Públicas.

Os principais pontos analisados – movimentação, voz, toque, interação com o local de trabalho e demais funcionários – fizeram com que a mesma percebesse algumas atitudes suas que, de certa forma, estava prejudicando a relação com os colaboradores e também com a imagem da empresa. A profissional mostrou que estava disposta a mudar em prol de melhorar os relacionamentos interpessoais, sua imagem e a imagem da BCLA.

Posteriormente, a funcionária de Relações Públicas relatou que se utilizava de recursos não-verbais para tentar uma aproximação e com isso chegar aos objetivos desejados, porém não era isso que o diálogo de seu corpo dizia aos demais funcionários. Muitas vezes, o que a mesma acreditava ser uma aproximação, acabava sendo considerada uma intimidação. Isso ocorria, por exemplo, pelo tom de voz utilizado para chamar a atenção de alguém, para convidar um indivíduo à sua sala, no momento de passar informações, sempre com a postura de alguém que estava no cargo de liderança, o que terminava não sendo bem visto pela equipe.

RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL

Apesar do que já foi discutido, vale ainda salientar a importância adquirida pelo profissional de Relações Públicas na comunicação não-verbal como um todo. A partir da análise desenvolvida na atuação da profissional, vale ressaltar também o valor de trabalhar a imagem do profissional, além da imagem da empresa/instituição em que a mesma está inserida.

Às Relações Públicas incumbe o desenvolvimento de estratégias que, de certa forma, serve de auxílio na definição, juntamente com seu público, da imagem das empresas e/ou instituições, através de ações planejadas, que consiste no planejamento estratégico da comunicação. A coerência entre o verbal e não-verbal tem que existir para que possa ser possível oferecer à sociedade uma credibilidade, visto que a incoerência termina comprometendo a organização.

Informações e percepções apreendidas pela sociedade são os verdadeiros formadores das empresas e/ou instituições, mas isso só acontece através da mídia ou caso haja um contato direto com as mesmas. Deste modo, é preciso focar na importância da coerência, pois caso a comunicação seja deficiente ou gerada através de informações



inconsistentes, poderá resultar em uma imagem ruim, tanto ao gestor da comunicação como a empresa, podendo gerar até mesmo boatos.

É possível perceber que a imagem de uma empresa e/ou instituição nem sempre pode ser controlada, pois depende de fatores que envolvem todo o corpo organizacional como, por exemplo, a cultura do local, vivência no ambiente de trabalho e o valor de cada colaborador. Portanto, é necessário que a imagem seja resultado da percepção positiva e tenha todo o corpo empresarial/institucional como um grande aliado.

O profissional de Relações Públicas tem um papel fundamental na mediação entre os colaboradores de todos os níveis da hierarquia de uma empresa, assim como na percepção de atitudes incoerentes. Cabe a ele se utilizar de sua observação para perceber gestos, atuações e movimentos corporais nos colaboradores, e, interpretá-los de modo que também utilize a comunicação não-verbal de forma consciente. Deste modo, é necessário que sua imagem esteja bem definida perante os colaboradores, para que não haja um rompimento nas relações interpessoais.

A comunicação-verbal acontece durante todo processo de comunicação e até mesmo no silêncio, onde o corpo pode ser compreendido como um modo de se comunicar. É a partir do silêncio que é possível analisar se algo está errado ou o que está acontecendo, a depender da comunicação do corpo. Através do profissional de Relações Públicas, nota-se que os colaboradores são percebidos também como instrumentos ou agentes facilitadores das relações interpessoais, a pensar que “toda situação deve ser vista no seu contexto”. (TOMPAKOV, 2007, p.107).

O corpo vai informar de que modo os colaboradores estão recebendo as informações e se estão recebendo ou não, cabendo apenas ao profissional de Relações Públicas observar, como cita Weil e Tompakom (2007, p.43) “devemos apenas nos acostumar a observar”. Por exemplo, numa reunião de rotina, é possível perceber o modo como a comunicação não-verbal está sendo empregada a partir dos gestos presentes em cada indivíduo, pois nem sempre a linguagem verbal pode ocorrer.

Fortes (2003, p.72) afirma que a administração superior é “considerada público interno especial para o profissional de Relações Públicas sempre que forem necessários seu convencimento e a conquista para causas de interesse público”, ou seja, a relação do profissional, de forma detalhada e focada para o público de grau hierárquico mais elevado, é estrategicamente importante para o setor que o mesmo coordena.



Portanto, é de suma importância que o Relações Públicas esteja atento aos sinais do corpo de quem está se comunicando e também utilize de forma consciente sua linguagem corporal, pois o mesmo não se envolve apenas com um determinado grupo de pessoas. Praticar o exercício de observar os movimentos do corpo, do posicionamento dos braços, do uso de gestos, de expressões faciais é uma tarefa favorável que, de certa forma, potencializa a prática do profissional. Com isso, é possível atingir seus propósitos visando sempre a eficácia da comunicação na organização, tanto internamente quanto externamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A eficiência da comunicação não-verbal numa empresa pode ser destacada pelo modo que a mesma busca contribuir para o alcance dos objetivos estratégicos de forma produtiva e coesa, através do profissional de Relações Públicas, desde que a comunicação seja utilizada de forma adequada.

O desenvolvimento das relações interpessoais evita conflito e aumenta a produtividade e, é através desse relacionamento, que as empresas se fortalecem, recebem apoio e o envolvimento por parte dos colaboradores que a compõem. Neste sentido, a importância da coerência na relação da comunicação não-verbal e verbal, é destacada para que hajam resultados favoráveis a ambas as partes.

A transparência nas relações interpessoais faz com que a comunicação não-verbal confirme a verbal, enfatizando aquilo que se fala. Quando isso é prejudicado pela linguagem verbal, o diálogo do corpo transpõe o que se quer falar. No momento em que essas relações forem tratadas, pelas empresas, com a importância merecida, a interação e produção das mesmas crescerão de forma exorbitante, garantindo a satisfação de todos e uma equipe de sucesso.

Com esse intuito, a relação entre a comunicação não-verbal e as relações públicas, realizada através da análise desenvolvida com base na atuação da profissional da empresa LBCA, serviu como comprovação de que a comunicação bem-sucedida, assim como contrapontos no processo de comunicação, afeta diretamente no resultado final e na eficácia do relacionamento interpessoal entre aqueles que compõem as empresas.

Entender o que atrapalha a eficácia da comunicação e trabalhar, com o auxílio do profissional de Relações Públicas, a imagem do mesmo e da organização é, sem dúvida, uma ferramenta importante para o alcance dos objetivos traçados. Contudo, apesar de



todas as dificuldades encontradas, propor esse estudo serviu para perceber a importância da comunicação não-verbal em todas as empresas, estabelecendo uma posição aberta para comunicar e receber o retorno esperado.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo. **Para entender Relações Públicas**. 3º Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001;

ARAÚJO, Monica Martins Trovo de. SILVA, Maria Júlia Paes da. PUGGINA, Ana Cláudia G. **A comunicação não-verbal enquanto fator iatrogênico**. Acessível em <<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-62342007000300011&script=sci_arttext>>. Acessado em: 15/04/2015;

ARGYLE, M. **Bodily communication**. London: Methuen, 1978;

CORRAZE, J. **As comunicações não-verbais**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1982;

CRIVELARO, Rafael. TAKAMORI, Jorge Yukio. **Dinâmica das relações Interpessoais**. Campinas: Editora Alínea. 2006;

DAVIS, F. **A comunicação não-verbal**. São Paulo: Editora Summus, 1979;

EKMAN, Paul. **A Linguagem das Emoções**. São Paulo: Editora Lua de Papel, 2011;

FORTES, Waldir Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Summus, 2003;

FREUD, Sigmund. **Histeria (1888)**. In: _____. Publicações pré-psicanalíticas e esboços inéditos. Rio de Janeiro: Editora Imago, 1996. p. 77-96;

GOMES, L. F. **Cinema nacional: caminhos percorridos**. São Paulo: Ed.USP, 2007;

KNAPP, M.L. **La comunicacion non verbal: el cuerpo y el entorno**. Barcelona, Paidós Ibérica, 1982;

MESQUITA, Rosa Maria. **Comunicação não-verbal: relevância na atuação profissional**. Acessível em <<<http://citrus.uspnet.usp.br/eef/uploads/arquivo/v11%20n2%20artigo7.pdf>>>. Acessado em 10/04/2015;



NASSAR, Paulo. **Obtendo Resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Editora Pioneira, s.d;

PEASE, Allan & Barbara. **Desvendando os segredos da linguagem corporal**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2005;

PROSS, Harry. **Medienforschung**. Darmstadt: Carl Habel, 1971;

RECTOR, M.; TRINTA, A. **A comunicação não-verbal: a gestualidade brasileira**. Petrópolis, Vozes, 1985;

ROCHA, Elizângela Bispo. **Relações Interpessoais: uma análise empresarial e social**. Acessível em <<http://www.webartigos.com/articles/26749/1/relacoes-interpessoais>> Acessado em 19.03.14;

SANTOS, Maria Francisca Oliveira. **Os elementos verbais e não-verbais no discurso de sala de aula**. Maceió: Edufal. 2007;

SILVA, M.J.P. **Comunicação tem remédio: a comunicação nas relações interpessoais em saúde**. 2. ed. São Paulo: Editora Gente, 1996.

SOUSA, L.F.L; LEAL, A.L; SENA, E.F.C. **A importância da comunicação não-verbal do professor universitário no exercício de sua atividade profissional**. CEFAC. V.12 Nº 5, 2010, p. 784-787;

TEIXEIRA, Maria. **Habilidades de relacionamento interpessoal**. 2ª Ed. São Paulo: Editora do Autor, 2014;

TERCIOTTI, Sandra Helena. MACARENCO, Isabel. **Comunicação Empresarial na Prática**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009;

WEIL, Pierre. TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007;