



XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Conhecendo Relações Públicas através de grupos de pesquisa e grupos de relacionamento existentes na Internet¹

Enoi Dagô Liedke
FABICO/UFRGS²
Ariadne Kerber Horn
FABICO/UFRGS³

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo verificar como tem sido tratada e entendida a profissão e a área de Relações Públicas. Com esta finalidade foram analisados dois conjuntos de grupos, localizados no ambiente virtual, o primeiro formado por seis grupos de pesquisa cadastrados junto ao CNPQ, e o segundo por 26 comunidades cadastradas no site de relacionamentos Orkut. Verificou-se que assim como as discussões teóricas buscam aprofundar na área da academia, fora dela, ocorre uma grande preocupação em como caracterizar e divulgar a profissão, gerando inclusive comentários sobre as dificuldades de explicar para familiares e amigos o que é a profissão. Mas em ambos os casos pela simples existência dos grupos e comunidades verifica-se existir um grande espaço para troca de experiências e aperfeiçoamento teórico-profissional.

Palavras-chave: relações públicas; dificuldades conceituais; troca de experiências; pesquisa científica.

Contextualização

No ano de 2003 o Conselho Federal de Relações Públicas emitiu a Portaria 63 estabelecendo “o texto do juramento, a cor da beca, da faixa e a da pedra para o anel dos bacharelados em Relações Públicas” (CONFERP, 2003, p.1), além constituir a mascote da Profissão, ou seja, seu animal símbolo. Outro aspecto também definido pela Portaria diz respeito à abreviatura que deveria representar Relações Públicas.

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional

² Professora Assistente do Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, especialista em Marketing pelo PPGA da UFRGS, Coordenadora do Curso de Comunicação da FABICO/UFRGS, enoidl@ufrgs.br

³ Professora substituta do Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, especialista em Marketing pelo PPGA da UFRGS, ariadne_kerber@hotmail.com



Os aspectos estabelecidos pela portaria dizem respeito à uniformidade de postura a partir daquela data, buscando estabelecer um discurso único para representar a profissão. A abreviatura passou a ser RP, desconsiderando a anteriormente utilizada de RRPP. Em relação à cor da profissão, o azul foi o estabelecido, passando a ser utilizado tanto em termos de pedra, para o anel de formatura, como em termos gráficos. O tom escolhido para a representação gráfica foi o pantone reflex blue C, e a pedra a safira.

Por sua vez a mascote da profissão passou a ser oficialmente o Golfinho Rotador, cujo nome científico é o de *Stenella longirostris*,

criado e mantido pelo Centro Mamíferos Aquáticos / IBAMA, o Centro Golfinho Rotador, o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha / IBAMA e a Universidade de Pernambuco, o golfinho rotador é considerado, entre as sete espécies mais conhecidas, como o mais comunicativo e sociável. Ele é gregário e com um comportamento social bastante complexo, apresentando dois sistemas de comunicação: o oral e o aéreo. (COGO, 200-)⁴.

Conforme Cogo (200-, s.p.) a escolha por este animal tem muito a ver com a própria situação da profissão uma vez que ambas carecem de “pesquisas científicas mais aprofundadas sobre teoria e aplicação”, sendo que Relações Públicas ainda necessita destas pesquisas para se consolidar no mercado, conforme enfatiza o autor.

Ainda buscando justificar a escolha do animal, identificando-o com a profissão e o profissional de Relações Públicas, Cogo salienta que assim como o golfinho rotador o profissional de Relações Públicas “estabelece diferentes formas de comunicação com os seus públicos de interesse no intuito da verdadeira interação” e “apresenta um espírito gregário, pois acredita na união do grupo para intensificar os resultados comuns” (200-, s.p.).

Se por um lado estes aspectos buscam criar este discurso unificador, por outro a profissão e a área têm enfrentado ainda dificuldades de compreensão das suas reais atividades. Este aspecto, mais relacionado ao exercício da profissão, já vem de vários anos como pode ser constatado no texto de Penteadó (1978) apresentado há quase três décadas, mas ainda comprovado na atualidade como confirma Sharpe (2000). Segundo França (2003), mesmo com o exercício ao longo dos últimos 93⁵ anos, ainda não existe

⁴ <http://www.mundorp.com.br/rp.htm> disponível na internet em 26/05/2007

⁵ No original publicado em 2003 França fala em 89 anos, aqui atualizamos para o ano de 2007.



no Brasil, nem no exterior, “uma definição consolidada sobre relações públicas” (FRANÇA, 2003, pg 150).

Estas dificuldades de entendimento, das reais funções e atividades da profissão de Relações Públicas, têm relação direta, como ressalta Simões (1984), às várias possibilidades de significados que o termo Relações Públicas abarca. Isto porque pode caracterizar conforme destaca ainda o autor acompanhado de Rahade (2003): o processo; a função; a atividade; o profissional; o cargo; e a profissão ao mesmo tempo. Além destas caracterizações e possibilidades de significados, os autores acrescentam a tecnologia, a ciência e a arte.

Contudo, apesar destas dificuldades conceituais o Conselho de Relações Públicas, através da Resolução Normativa N° 43 (CONFERP, 2002), caracteriza o profissional de Relações Públicas como aquele indivíduo que utiliza conceitos e técnicas de comunicação, sejam elas estratégicas, dirigidas e integradas. Estando, portanto, no âmbito de suas funções o planejamento, a organização e a condução de atividades que visam à promoção de uma organização junto do seu público interno - funcionários, acionistas, colaboradores e diretores, e externo - comunidade local, fornecedores, clientes, investidores, entidades públicas e cidadãos em geral.

Têm-se, portanto, como funções de Relações Públicas o assessoramento, a pesquisa, o planejamento, a execução e a avaliação de ações de Comunicação, como salienta Pinho (1990).

Mas além destes aspectos de dificuldade de compreensão da profissão, devido a sua amplitude de atuação, outras discussões também têm ocorrido no meio acadêmico, como ressalta Scroferneker (2005). Tem sido debatido se Relações Públicas deveria constar ou não como área/subárea de conhecimento. A mesma autora (SCROFERNEKER, 2005, p.24) ressalta que a “área encontra-se em uma ‘encruzilhada’ conceitual”, e observa “como é possível explicar que uma área que trabalha com comunicação, que busca o entendimento entre as partes (...) não tenha obtido a compreensão de um conceito?” Questão ainda não respondida pela área e por seus teóricos como complementa a autora. Mas mesmo assim na tabela de área de conhecimento publicada pela CAPES, em 29/12/2006⁶, Relações Públicas, aparece acompanhada de Propaganda subordinada à área das Ciências Sociais Aplicadas I.

⁶ <http://www.capes.gov.br/avaliacao/tabelaareasconhecimento.html>



Independente destas dificuldades conceituais, os cursos de Relações Públicas têm colocado no mercado centenas de profissionais que cada vez mais têm encontrado colocação, e a prática da profissão tem se consolidado mundialmente, segundo Grunning (2003), não só nas empresas. Mas mesmo este aspecto ainda não minimiza a dificuldade de se explicar e entender todas as possibilidades de atuação deste profissional.

Com estes dois cenários como pano de fundo passa-se agora a explorar como os grupos ligados à área, ao campo acadêmico formal e ao meramente informal se referem ao exercício da profissão, suas características, suas atividades e dificuldades de entendimento. Os grupos analisados foram detectados no ambiente virtual e correspondem ao resultado obtido em sites vinculados aos respectivos enfoques: acadêmico formal; e meramente informal.

Metodologia e amostras utilizadas

O universo pesquisado foi composto de dois conjuntos. O primeiro proveniente do site oficial do CNPq, mais precisamente no link de busca dos grupos de pesquisa⁷, de onde foram identificados, através da busca de grupos, os que contivessem em seu conteúdo a expressão Relações Públicas. O segundo conjunto foi encontrado no site de relacionamento Orkut⁸, tendo sido feito nele a busca de comunidades, em português, que possuíssem em seu título também a expressão Relações Públicas. Destes dois levantamentos foram obtidos dois conjuntos: o primeiro formado por seis⁹ (6) grupos de pesquisas, e o segundo por 225 comunidades de relacionamentos, do qual foi retirada uma amostra de pouco mais de 10%, sendo analisadas 26 comunidades que possuíam, em 25 de maio de 2007, mais de 300 membros. Salienta-se que a diferença na hora de busca dos conjuntos foi necessária uma vez que a primeira busca no site do CNPq, utilizando apenas a expressão no título, detectou apenas dois grupos de pesquisa, tornando-se inexpressiva a análise, motivo pelo qual buscou-se naquele ambiente a expressão no conteúdo, sendo então identificada à mesma nas repercussões dos trabalhos.

⁷ <http://www.cnpq.br/gpesq/apresentacao.htm>

⁸ <http://www.Orkut.com/UniversalSearch.aspx>

⁹ Salienta-se que no dia 27/05/2007 foi incluído mais um grupo no site do CNPq que estaria dentro das possibilidades de análise.



A idéia de se utilizar estes conjuntos, oriundos de dois sites distintos, buscou apresentar uma visão do que tem sido explorado e discutido pela academia em relação à área de Relações Públicas. No contraponto, ao se analisar o conjunto proveniente do site de relacionamentos Orkut , buscou-se verificar o que é discutido e apresentado num site “informal”, um chamado site de relacionamentos, em relação a símbolos, situação e conceituação da profissão e da atuação das Relações Públicas. Passamos a seguir a analisar cada um destes conjuntos.

Análise dos Grupos CNPq

Dos seis grupos de pesquisa que em 25 de maio de 2007 encontravam-se cadastrados junto ao CNPq e que continham em seus títulos, ou repercussões, a expressão relações públicas, utilizando-se os filtros ciências sociais aplicadas e comunicação, apenas dois caracterizam-se por possuir em seu nome a expressão Relações Públicas: Ensino e prática de relações públicas; e Gestão e sistema de relações públicas e de comunicação. Um deles apresenta a abreviatura proposta pelo Conselho, RP: Integração - RP. Outros dois possuem a palavra comunicação em suas denominações: Grupo de Estudos avançados em Comunicação Organizacional; e Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação Social (GEPECS). O último, dos seis grupos, tem o nome de Memória Institucional.

Verifica-se que dos seis grupos apenas dois são vinculados a instituições de ensino público, uma de abrangência estadual e outra federal, respectivamente Universidade Estadual de Londrina – UEL e Universidade Federal do Amazonas – UFAM, os demais são ligados a universidades particulares.

Em relação ao número de indivíduos relacionados aos grupos de pesquisa existe uma variação de dois integrantes (Integração - RP) até 15 integrantes (Ensino e Prática de Relações Públicas), estando entre estes pesquisadores, estudantes e técnicos, acreditamos que esta diversidade de integrantes serve como fator de consolidação e divulgação da área e profissão.

Em relação à existência da expressão relações públicas, nas linhas de pesquisa, pode ser constatado que apenas dois grupos a utilizam: Gestão e sistemas de relações públicas e de comunicação com a linha Políticas e Gestão de sistemas de Relações públicas e de comunicação nas organizações; e Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação Social com Relações Públicas e Sociedade.



Quanto ao tempo de existência dos grupos constata-se que o mais antigo remonta a 1993, e é o da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação Social. Já o mais recente foi criado em 2006 pela UNISC – Universidade de Santa Cruz do Sul, e tem a denominação de Memória Institucional.

O último item analisado nestes grupos é a repercussão dos trabalhos, neste tópico foi levada em consideração apenas à relação direta com a expressão e a área de relações públicas. Destaca-se que um dos grupos não apresenta a descrição de nenhuma repercussão. Por sua vez o grupo da Unisc, faz referência à metodologia de seu trabalho, que é a análise de sites de empresas da região e as referências que os mesmos fazem de suas histórias, não aparecendo no texto nenhuma citação direta à expressão.

Dos quatro grupos que apresentam o tópico repercussão, observa-se que os mesmos utilizam este espaço de forma muito mais ampla, descrevendo os seus objetivos, operacionalização e repercussão.

Os grupos Integração – RP e Ensino e Prática de Relações Públicas abordam exclusivamente a área de Relações Públicas, enquanto os grupos Estudos Avançados em Comunicação Organizacional e Estudos e Pesquisas em Comunicação Social possuem uma abrangência que transcende a área aqui analisada.

Constata-se que o grupo Integração - RP possui uma grande preocupação com a institucionalização da profissão Relações Públicas, buscando em suas ações, bem como em suas repercussões, aliar ensino, pesquisa e mercado de trabalho.

Quanto ao Grupo Ensino e Prática de Relações Públicas, verifica-se o aprofundamento do conhecimento da prática profissional para conforme citam “elaborar uma rede teórica específica e confiável”.

Ao analisar o site oficial vinculado a área acadêmica, constata-se que são poucos os grupos que abordam em seus estudos e pesquisas exclusivamente a área de Relações Públicas. E mesmos estes, em alguns casos, preocupam-se em estudar contextos mais amplos, onde ocorre a atuação de profissionais com esta formação. Estes grupos estudam a relação teórico-prática, visando a estabelecer uma base conceitual sólida que fortaleça a atuação e o posicionamento do profissional de Relações Públicas e dos possíveis campos de atuação.



É importante ressaltar que esta análise levou em consideração apenas a busca por grupos relacionados exclusivamente com a terminologia Relações Públicas. Acredita-se que outras buscas poderiam ser feitas utilizando terminologias variadas ligadas a área, gerando um universo maior.

A seguir, passa-se a análise do outro conjunto que se refere ao site de relacionamento Orkut.

Análise das comunidades existentes no site de relacionamento Orkut

O conjunto de comunidades de relacionamentos provenientes do Orkut consiste em 26 comunidades que possuíam na data da coleta, 25 de maio de 2007, um total de membros que ultrapassasse 300 integrantes, representando cerca de 10 % do universo, tendo sido encontrado comunidades de 8.779¹⁰ a 305 membros. Destas comunidades pudemos constatar que dez (10) estavam ligados em suas denominações a instituições de ensino: Relações Públicas Newton Paiva (723 membros); Relações Públicas - PUCRS (603 membros); Relações Públicas UNISINOS (497 membros); Relações Públicas PUCPR (434 membros) Relações Públicas; PUC Campinas (415 membros); Relações Públicas ECA-USP (413 membros); Relações Públicas - UNIVALI (382 membros); Relações Públicas - UMESP (370 membros); Relações Públicas - UFRGS (345 membros); e Relações Públicas UNEB (305 membros). Outros quatro (04) estavam vinculados a uma área geográfica: Rio Grande do Sul, Relações Públicas no RS com 727 membros; Brasília, Relações Públicas Brasília com 507 membros; Bahia, Relações Públicas – RP – Bahia, com 439 membros; e Brasil, Relações Públicas – Brasil com 367 membros. Os três maiores são simplesmente denominados pelo nome Relações Públicas e foram todos criados no ano de 2004, tendo a seguinte quantidade de membros: 8.779; 2.576; e 1.196.

Apenas um integrante do conjunto é vinculado a algum gênero: Mulheres Relações Públicas e possui 3.898 membros. Da mesma forma apenas um está relacionado a alguma categoria etária: Relações Públicas - Nova Geração, com 463 membros.

¹⁰ Conforme já referido, as comunidades foram analisadas a partir das informações colhidas em 24 de maio de 2007, no dia 27 numa nova consulta este maior grupo já contava com 8.798 membros e o menor com 305 sendo que outro grupo já tinha alcançado a marca dos 300 membros.



Fazendo relação ao campo da comunicação ou de seus meios encontram-se três grupos: Relações Públicas Comunicação com 484 membros; Relações Públicas na Internet, com 460 membros; e RP Fórum – Relações Públicas, com 312 membros. Finalizando a apresentação dos componentes deste conjunto listamos os últimos quatro grupos de relacionamentos detectados, dois relacionados a um status: Eu faço Relações Públicas, com 1092 membros; e Eu sou um Relações Públicas!!!, com 625 membros. E os dois últimos: Relações Públicas é uma escolha!, com 1.197 membros; e Ahn!? Relações Públicas???, com seus 1.331 membros e que com seu nome traduz toda a dificuldade de entendimento desta profissão.

Mantendo-se neste mote, verifica-se na amostra, outras duas comunidades que em suas descrições também alertam pela dificuldade de explicar o que é relações públicas, a maior das comunidades indaga quem “às vezes tem dificuldades pra explicar aos seus pais ou aos seus filhos o que exatamente faz esse profissional? Bem, pode ser que você já tenha superado essa fase, mas vai ter que admitir que há muito a se dizer e discutir sobre o assunto”. Por sua vez o RP- Fórum inicia sua descrição dizendo:

Você já andou se perguntando ‘O que deve ser Relações Públicas’ Já navegou a net toda em busca de informações? Achou, mas ainda continua com dúvidas? Que tal um site que você possa encontrar pessoas da área para fazer perguntas, conversar e debater sobre o assunto? Isso mesmo! Chegou o que você esperava!
O RP FÓRUM.

Enquanto isso o Ahn !? Relações Públicas??? se descreve como:

Você cansou de explicar aos seus amigos?
Entrou na faculdade sem saber?
Seu professor não soube te responder?
Você também não sabe?
Ah...não me diga...
Se você também cansou desta vida de balcão de informações, junte-se a nós...
ou mande seus amigos desinformados nos procurarem, finalmente uma última
boa alma se propôs a responder!!!!!!

Verifica-se, portanto, nestas três comunidades uma preocupação sobre exatamente o que relações públicas é e como explicar para as outras pessoas o que o profissional faz. Refletindo neste espaço de discussões pessoais e de certa forma íntimas, a mesma dificuldade detectada pelos teóricos em definir a área e a profissão.



No contraponto desta dificuldade encontram-se as comunidades que utilizam a legislação do Conselho, como é o caso de Relações Públicas Comunicação, que em sua descrição além de apresentar características do curso cita a regulamentação da profissão.

O curso de Relações Públicas, atua para a formação de profissionais com uma visão macro do processo de comunicação e dos meandros da política organizacional visando a atuação em estratégias de planejamento na área de comunicação de uma dada instituição, tanto para os seus públicos internos quanto para os externos.

A profissão de Relações Públicas é regulamentada através da Lei 5377 de 11/12/67 e aprovada pelo Decreto Lei 680283 de 26/09/68, assinados pelo Ministro de Educação Jarbas Passarinho.

Outras três comunidades seguem esta linha de descrição: a da UNIVALI; Mulheres Relações Públicas!!!!; e Relações Públicas na Internet. A primeira cita a data comemorativa da profissão, seu patrono e um série de sites relacionados à área, enquanto que a segunda fala da necessidade do diploma universitário para o exercício da profissão e descreve as atividades profissionais. Por sua vez a comunidade Relações Públicas na Internet, em sua descrição, cita Rick Bruner, indica um site conhecido sobre a área e também salienta a regulamentação para o exercício profissional.

Algumas das comunidades em suas descrições fazem referência às características do profissional de forma espirituosa. Relações Públicas no RS se coloca como “(...) ...uma oportunidade de apagar o rótulo: RP – o produtor de festinhas. Enquanto Relações Públicas – UFRGS como um “(...) ...grupo pra mostrar que os Relações Públicas não servem apenas pra colar cartaz, cuidar de mural, servir café, puxar o saco e encher balão”. Ainda nesta linha, Relações Públicas Newton Paiva se descreve como “...Vamos fofocar muito; já temos fama mesmo...”, e Relações Públicas – Nova Geração tem uma das mais divertidas descrições, a qual reproduzimos, a seguir, apenas algumas partes:

Uma breve descrição dos novos RP's...
RP não come, degusta o produto
RP não cheira, sente a fragrância
RP não toca, examina o design
RP não dá resposta, cria outra pergunta
RP não conquista, persuade
RP não tem destino, tem target (...)
RP não dirige, faz test-drive
RP não falece, seu ciclo de vida chega ao fim
Se isso foi copiado?



Claro que não!
RP não copia, faz outra versão
*Prestar vestibular p/Comunicação Social:de R\$20 a R\$90
*Fazer qualquer curso de Comunicação Social:de R\$350 a R\$700
*Ser um profissional de Relações Públicas:Não tem preço!
Tem coisas, que só um RP faz por vc!

Em relação às outras 15 comunidades podemos dizer que elas aparecem em suas descrições basicamente como um espaço para troca de experiências ou de encontro.

Mas se por um lado muitas se colocam de forma jocosa na descrição, quando analisado o espaço denominado de fórum todas se encontram engajadas nas discussões recentes envolvendo a profissão e área acadêmica, uma vez que cinco (5) delas têm o tópico “RP na UFMG obtém cada vez mais apoio”, espaço para discutir e opinar sobre a manutenção da habilitação de Relações Públicas na UFMG. Outras quinze (15) abrem espaço para a discussão sobre a “(...) nova lei que regulamenta a profissão nos prejudica” onde é colocada questão sobre a alínea da PL 324/2005, que falava sobre o exercício profissional exercido por indivíduos com formação superior em qualquer habilitação que obtivessem título de pós-graduação, lato ou stricto sensu em relações públicas. As seis restantes (6) por sua vez apresentavam os dois tópicos listados acima.

No que diz respeito à figura que representa a comunidade seis (6) delas utilizam-se da mascote da profissão para sua identificação, seja sozinha ou fazendo parte de uma figura mais elaborada. O golfinho rotador aparece de diversas maneiras, seja de corpo inteiro, saltando sobre o mar, em grupo, ou acompanhado de outras criaturas marinhas. Na contramão a maior das comunidades, que começa sua descrição dizendo que a mascote de RP poderia ser um ornitórrinco, mostra uma figura estilizada de um animal saindo de um ovo. Três comunidades buscam para identificá-las as capas de conhecidos livros sobre a área, buscando assim de certa forma identificar-se com o conhecimento teórico da área. Algumas que buscam unificar e representar entidades de ensino apresentam o prédio, ou o logotipo da instituição. Na brincadeira de que RP está vinculado ao serviço de cafezinho, uma coloca a reprodução de uma xícara de cafezinho como figura. Relações públicas – nova geração, que na sua descrição faz uma paródia de uma propaganda de cartão de crédito utiliza-se da mesma linha para se identificar, usando a bandeira do cartão como base, sobrepondo a expressão relações públicas.



Finalizando a análise destas comunidades podemos dizer que todas elas ao se referirem à área ou à profissão utilizam a abreviatura estabelecida pela Portaria 63, **RP**, além de não referenciarem em nenhum momento a cor azul da profissão.

Considerações finais

Após a análise dos dois conjuntos dos grupos detectados, nos sites do CNPq e Orkut, verifica-se que o ambiente formal acadêmico busca teorizar sobre a prática, disseminando conhecimento e teoria, enquanto o conjunto obtido no site de relacionamentos está mais preocupado em discutir a dificuldade efetiva da prática, esta representada simplesmente pela falta de um conceito único e esclarecedor. Apesar de existir através das resoluções do próprio Conselho da categoria profissional, a conceituação é tão ampla que impede o entendimento por parte de leigos, ou mesmo por parte de envolvidos no processo de aprendizado do exercício profissional, os atuais alunos dos cursos de Relações Públicas e futuros profissionais.

Contudo verifica-se em ambos ambientes a preocupação em caracterizar e consolidar a profissão e em disseminar conhecimento e teoria. Acredita-se que apesar da profissão já existir no Brasil há quase um século ainda encontra-se, conforme detectado na amostra analisada, em franco processo de institucionalização e consolidação, o que permite a discussão constante de seu arcabouço teórico-formal possibilitando o conhecimento da prática para posterior conceituação e teorização.

Bibliografia

CAPES. **Tabela de áreas de conhecimento**. Disponível em <http://www.capes.gov.br/avaliacao/tabelaareasconhecimento.html>. Acessado em 25/06/2007

COGO, Rodrigo Silveira. IN Definidores Gerais da Profissão Disponível na internet em <http://www.mundorlp.com.br/rp.gerais.htm>. (200-, s.p.) Acessado em 25/06/2007

CONSELHO FEDERAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Portaria n° 63**. 22 de agosto de 2003.

_____. **Resolução Normativa n° 43**. 24 de agosto de 2002.

FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. 127 - 154. In **COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE**. São Bernardo do Campo, Umesp, ano 24 n° 39.

GRUNNIG, James E. A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal. In **COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE**. São Bernardo do Campo, Umesp, ano 24 n° 39.



PENTEADO, J. R. Whitaker. **Relações Públicas nas empresas modernas**. 2^a ed. São Paulo: Pioneira, 1978. 202p.

PINHO, J. B. **Propaganda Institucional: uso e funções da propaganda em relações públicas**. São Paulo: Summus, 1990. 168p.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Revisitando a (re)construção histórica das relações públicas. IN **Conexão – comunicação e cultura**. Universidade de Caxias do Sul. V. 4, n. 7, na/jun. 2005. pp21-30.

SHARPE, Melvin L. Developing a Behavioral paradigm for the performance of Public Relations In **Public Relations Reviews**, 26(3) pp 345-361. Disponível na Internet Acessado em 15.02.2001

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. Novo Hamburgo, FEEVALE: 1984. 144p.

_____. Rahade, Vera Lúcia. Os equívocos no uso do termo Relações Públicas: um título mais extenso que o conteúdo. 144-147. IN **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, PUCRS, n° 21, agosto 2003, quadrimestral