



Relações públicas: evolução teórico-conceitual e percepções sobre a atividade¹

Driele Travaglia Machado²

Joseane Rosalina Chaves Antunes³

Luisa da Silva Monteiro⁴

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas

Resumo

Este artigo, resultado de trabalho de conclusão do curso de Relações Públicas da PUC Minas, tem como propósito refletir sobre o percurso da atividade desde sua constituição no Brasil até os dias atuais. A partir de pesquisa bibliográfica, na qual se descreve a evolução teórico-conceitual de relações públicas, e de pesquisa de campo, na qual se pretende identificar aspectos da atividade por profissionais⁵ de Belo Horizonte, o artigo pretende relacionar comparativamente a atual produção teórica acadêmica com a prática profissional pesquisada, focando a relação entre aspectos teóricos e a percepção da prática.

Palavras-chave

Relações públicas – evolução teórico-conceitual – percepção da atividade

1 – A constituição da profissão de relações públicas no mundo

A profissão de relações públicas, segundo vários autores (FRANÇA, 1997; WEY, 1983; ANDRADE, 1983) surgiu nos Estados Unidos, no fim do século XIX e teve sua prática conhecida com o trabalho desenvolvido por Ivy Lee no início do século XX. Baldissera (2006) indica que a atividade surgiu em um contexto no qual as organizações, diante de denúncias sobre suas práticas e cobranças de posicionamento por parte da imprensa, começavam a se preocupar com a opinião pública. Assim, as

¹ Trabalho apresentado no II Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais.

² Graduada em Relações Públicas pela PUC Minas em dezembro de 2006

³ Graduada em Relações Públicas pela PUC Minas em dezembro de 2006

⁴ Graduada em Relações Públicas pela PUC Minas em dezembro de 2006

⁵ Entrevistas em profundidade com 10 profissionais de relações públicas de Belo Horizonte, sendo 5 de empresas com processo de comunicação estruturado e 5 professores pesquisadores realizadas durante a elaboração do trabalho de conclusão de curso “Relações públicas: evolução teórico-conceitual, percepções sobre a prática e desafios” finalizado em dezembro de 2006, Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas, orientado por Maria Aparecida de Paula e supervisionado por Ana Luisa Almeida.



primeiras iniciativas de relações públicas se caracterizavam como “instrumento para neutralizar opiniões contrárias, anteciper-se às denúncias e formar opinião pública favorável às organizações.” (BALDISSERA, 2006, p.03).

Nesse primeiro período da constituição de relações públicas, surgiam também nos Estados Unidos iniciativas de organização de profissionais e estudo acadêmicos sobre a atividade. Dessa época datam a primeira associação profissional, em 1915, e a publicação do primeiro livro⁶, do autor Eduard Bernays.

Surgiam então nesse período, nos Estados Unidos, as primeiras tentativas de conceituar e definir relações públicas. Todas elas evidenciavam aspectos que perpassam a formação de opinião pública favorável, bem como a busca de compreensão mútua entre organização e sociedade, destacando assim características centrais da atividade na época.

A exemplo dessas definições, Bernays em 1923, definiu relações públicas como sendo uma atividade que “objetiva, por meio da informação, da persuasão e do ajustamento, edificar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição.” (ANDRADE, 1983, p.38), evidenciando assim como as ações de relações públicas eram tidas para obter opinião pública favorável.

Para o professor Raymond Miller, em 1951, relações públicas objetivava “determinar, guiar, influir e interpretar as ações de uma organização, de maneira que a sua conduta se conforme, tanto quanto possível, ao interesse e bem-estar públicos.” (ANDRADE, 1983, p.36).

Outra definição da época, que segue a mesma linha das demais exemplificadas, foi a divulgada pela Associação Internacional de Relações Públicas (IPRA) em 1958. Foi estabelecido que relações públicas era a função da organização responsável por obter e manter a compreensão, a simpatia” (GURGEL, 1958, p. 40) dos públicos em relação às organizações.

Com o fim da segunda guerra mundial, a prática da atividade e a organização de seus profissionais aumentaram, tanto nos Estados Unidos, quanto na Europa, porém os estudos sobre esse período evidenciam que a profissão se configurou com uma perspectiva técnica, com dimensão tática e instrumental, e com uma visão unilateral, que ignorava aspectos políticos e de engajamento social.

⁶ O livro lançado em 1923 por Bernays foi “*Crystallizing public opinion*”.



2 – Relações públicas no Brasil: constituição, regulamentação e busca de novos caminhos

No Brasil, a constituição da profissão não foi muito diferente da ocorrida nos Estados Unidos no que se refere à perspectiva e abordagem da atividade. Até 1950, as práticas eram bastante incipientes e as primeiras definições foram elaboradas em 1940 e, de acordo com Thomazi (1986) citada por França (2003), também tinham como referência a prática profissional. Somente na década seguinte, com a abertura econômica e com a entrada de empresas internacionais que já possuíam práticas de comunicação, ocorreu um impulso na atividade e nas publicações da área, mantendo, no entanto, as características predominantes no âmbito internacional.

Nas décadas de 1960 e 1970, enquanto o mundo passava por grandes mudanças políticas, econômicas, tecnológicas e culturais, o Brasil vivia o regime militar, que significou para nossa sociedade um retrocesso político. Durante esse regime, autores como França (2003) e Kunsch (1997) apontam que o governo utilizava de ações de relações públicas e comunicação a seu favor, como forma de manter e vender o regime imposto.

Em meio a um cenário no qual a sociedade se encontrava sem seus direitos constitucionais e civis, a profissão de relações públicas foi regulamentada⁷. Criticada por autores como França (2003) e Kunsch (1997), a regulamentação foi vista como prematura, pois não existia uma prática da atividade constituída e desenvolvida no país. França (2003, p.137) aponta ainda que ‘foi prematura porque impediu o questionamento de sua doutrina e a promoção de estudos para sua adaptação à cultura brasileira’.

Em 1968, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), definiu a atividade de relações públicas desconsiderando as contradições do período político pelo qual passava o país, reforçando a idéia de compreensão mútua que marcou a atividade nas décadas anteriores. Assim, nessa definição da ABRP, relações públicas é

o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização, pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente. (ANDRADE, 1983, p.45).

⁷ A regulamentação de relações públicas ocorreu 1967 no Brasil, primeiro país do mundo a ter esta profissão regulamentada.



Não só a prática de relações públicas foi comprometida com o regime ditatorial, mas também a produção científica, como aponta Kunsch (2003a), ao considerar que as pesquisas teóricas da época eram escassas e se restringiam a uma abordagem instrumental da comunicação nas organizações. Segundo a autora, a área acadêmica foi marcada por improvisações e adaptações, já que não havia consolidação da prática, nem número ideal de professores, o que prejudicava a formação da época.

Os primeiros movimentos que levariam ao fim da ditadura começavam no final da década de 1970, mas somente na década de 1980 tem-se uma mudança de concepção de relações públicas no Brasil.

3 – Fim da ditadura, redemocratização e a sinalização de um novo cenário

A retomada da democracia no país, iniciada de forma mais significativa em 1979, culmina em 1985 com a queda da ditadura militar. Aos poucos, com o fim da censura, ocorre a restituição dos direitos constitucionais e a reorganização de partidos políticos e movimentos sociais.

Nesse contexto, as organizações passam por mudanças graduais na sua relação com a sociedade, agora mais organizada, seja em forma de sindicatos, partidos ou movimentos comunitários, podendo assim exigir determinados posicionamentos das organizações. Segundo Almeida e Paula (2004) essa mudança foi gradativa e seus reflexos foram percebidos tanto na prática quanto na produção acadêmica. Com a modificação da concepção da organização, conseqüentemente mudou-se também a percepção a respeito da comunicação, que antes era tida de forma compartimentada e com enfoque isolado de suas habilitações.

Oliveira e Paula (2006) afirmam que essa mudança de concepção da comunicação se firma somente na década de 1990, quando é possível perceber a passagem da abordagem instrumental para uma abordagem integrada, que possibilita o tratamento e a compreensão da comunicação enquanto um processo.

Um referencial conceitual significativo de comunicação integrada foi desenvolvido por Kunsch (1986) naquele período. A autora ressalta a importância do planejamento de relações públicas na articulação das atividades de comunicação da organização, para que sua condução se dê de forma estratégica e interligada, tanto entre as ações de comunicação, quanto entre outras áreas da organização.

Os estudos acadêmicos na década de 1980 foram marcados também por novas concepções e visão crítica da área de relações públicas, até então inéditas no Brasil, com



as discussões propostas, por exemplo, por Cecília Peruzzo. Para a autora (1986), concepções teóricas e práticas da área precisavam admitir o antagonismo e as contradições presentes na sociedade, considerando inadequado conceber relações públicas como função harmonizadora, na medida em que a realidade social é desarmônica, com interesses desiguais: “a prática não consegue seu objetivo de estabelecer a compreensão mútua.” (PERUZZO apud OLIVEIRA, 1993, p.32).

Em outra frente da produção acadêmica, Simões (1984) dá continuidade aos trabalhos que já vinha desenvolvendo desde os anos 70, buscando construir um referencial teórico de relações públicas. O autor propôs uma discussão na qual considerava as relações públicas no contexto das organizações, identificando o conflito como o objeto de relações públicas e mostrando a importância de considerar esta questão ao se trabalhar o processo de comunicação.

A década de 1980 marcou uma evolução conceitual relevante de relações públicas no Brasil, que teve impacto tanto na produção acadêmica da década de 1990, como na prática profissional.

4 – Novos olhares, novas perspectivas – década de 1990 à atualidade

Uma comparação entre aspectos teóricos e a percepção da atividade por profissionais entrevistados

▪ Conceito, objeto, especificidades e vínculo das relações públicas

As mudanças do contexto contemporâneo aceleraram-se e tornaram-se mais complexas nos anos de 1990. Para Oliveira, o contexto contemporâneo “influencia não só a estrutura das organizações, suas formas de gerenciamento, relações de trabalho e estratégias de negócios, como também a conduta organizacional e as formas de relacionamento com o ambiente externo. [...]” (OLIVEIRA, 2002, p.01).

Kunsch (2003b, p.150), na década de 2000, avança no conceito de comunicação integrada propondo o “composto de comunicação integrada”, entendido como “uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica”. Para a autora, a comunicação organizacional num enfoque integrado “configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade [como a] [...] comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa.” (KUNSCH, 2003b, p.149-150).

Na pesquisa empírica, os profissionais entrevistados enfatizaram esse aspecto ao se referirem à comunicação organizacional em uma perspectiva integrada em que todos os subcampos (jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas) atuam de maneira complementar. “Pensar na comunicação integrada, [...] (o conjunto das habilitações) orientada por uma política ou por um projeto de planejamento visando aí [...] uma maior aproximação entre o público e a organização” (PROFISSIONAL P2).

Percebe-se que as concepções conceituais sobre relações públicas, tanto na teoria quanto na prática, estão muito próximas, traçando um caminho similar, partilhando vários pontos de vista. Ferrari (2003), França (2003) e Oliveira (2003) enfatizam a importância de relações públicas na construção e manutenção do relacionamento entre organização e públicos, aspecto também enfatizado por grande parte dos entrevistados na pesquisa de campo, tanto nas referências ao conceito, quanto nas atribuições da atividade, passando inclusive pelo objeto. É possível identificar isso quando um dos entrevistados afirma “relações públicas têm a função de legitimar a imagem institucional [...] através da implementação, da gestão da qualidade das relações que a empresa pratica com seus diversos públicos”. (PROFISSIONAL P1).

Para França (1997), o objeto de relações públicas é constituído pelas organizações, ou seja, o profissional de relações públicas trabalha para “disseminar e reforçar o conceito institucional da organização como estimulador de sua aceitação e de seus produtos.” (FRANÇA, 1997, p.12). Já para Kunsch (2003b), seu objeto, tanto como disciplina acadêmica quanto prática profissional, é a organização e seus respectivos públicos. Na visão da autora, é com o suporte da comunicação organizacional, enquanto campo acadêmico de estudo, e de subsídios vindos também de outras ciências, que as relações públicas podem trabalhar com a mediação entre organização e público, administrando o relacionamento entre eles. Oliveira e Paula (2005) partilham essa visão, quando apontam que o objeto de relações públicas é os relacionamentos entre organização e atores sociais.

Na pesquisa empírica, grande parte dos entrevistados entende a construção do relacionamento como o objeto de relações públicas, aspecto marcante quando indagados a respeito do conceito e das especificidades da atividade. Assim como na pesquisa bibliográfica, identificou-se nas entrevistas opiniões prevaletentes quanto ao papel do relações públicas como profissional responsável pela mediação entre organização e públicos, sendo também o responsável pela gestão de relacionamentos na percepção de muitos entrevistados. Cabe aqui ressaltar uma correlação entre objeto e função



identificada entre os profissionais do mercado entrevistados, que recorrem às atribuições, e ao papel de relações públicas nas áreas nas quais atuam ao abordarem seu conceito sobre a atividade. Profissionais apontam o relacionamento como especificidade da atividade:

Em relação à vinculação da área, constata-se, entre estudiosos no Brasil, uma mudança em relação às décadas anteriores, nas quais predominavam posições que a situavam na administração. Kunsch (1997), França (1997), Ferrari (2003a) e Oliveira (2002, 2005), situam relações públicas no campo da comunicação. Para França (1997) é na comunicação que se insere relações públicas e esta se diferencia das demais habilitações porque desenvolve atividades planejadas e de caráter permanente.

O campo de conhecimento ao qual se vincula relações públicas foi identificado por quase todos os entrevistados na pesquisa de campo como sendo o da comunicação social, aspecto também percebido na pesquisa bibliográfica.

Em relação ao conceito de relações públicas, todos os profissionais entrevistados do mercado apontam que o conceito passa pelo entendimento das organizações e dos públicos.

Relações Públicas é a capacidade de enxergar o todo, através das partes, essas partes são os públicos que a gente lida o tempo todo. Então é construir um cenário, levando em consideração todos esses públicos, então essa capacidade de transitar e traduzir para um cenário, onde as decisões serão tomadas. (PROFISSIONAL P4).

Dois professores consideram ainda que não há diferenças entre conceitos, e sim uma falta de alinhamento entre abordagens. Os conceitos não se divergem, mas se complementam.

Outro ponto que merece ser destacado, por ter permeado a discussão de autores como Scroferneker (2005), França (2003) e Simões (1984), é a questão da polissemia relacionada à constituição teórica da profissão no país e sua prática. Durante a pesquisa bibliográfica, a polissemia foi apontada como um empecilho para a consolidação teórica. No entanto, na pesquisa empírica, sua influência para área foi relativizada, ponderando-se também aspectos positivos. A diversidade conceitual pode ser considerada negativa para a profissão porque, durante vários anos, contribuiu para que o referencial teórico da atividade fosse limitado e fragilizado, dificultando assim seu reconhecimento; e pode ser também considerada positiva, por possibilitar uma diversidade de reflexões, ou seja, pontos de vista de vários autores, contribuindo para a discussão em torno de um conceito e identidade para a atividade.

Atualmente é possível perceber como a discussão sobre relações públicas avançou e vem sendo fomentada. A própria reflexão sobre o que é o seu objeto nos mostra como é crescente a preocupação em posicionar as relações públicas na comunicação organizacional, procurando inclusive identificar seus limites e especificidades.

▪ **Funções e atribuições de relações públicas**

Da década de 1990 até a atualidade, a discussão sobre as funções e atribuições de relações públicas, bem como a busca do seu posicionamento como função estratégica, passam a permear estudos de autores como Kunsch (1997, 2003b), Oliveira e Paula (1997), Ferrari (2003b) e França (1997). Cabe ressaltar que no cenário onde a comunicação integrada é norte para a prática da comunicação nas organizações, essa discussão não está restrita à descrição de atividades de relações públicas. Ao contrário, procura evidenciar a articulação da atividade com as demais áreas da organização e da comunicação, posicionando as várias atividades no composto da comunicação organizacional. Essa questão também permeia o discurso dos profissionais, que identificam a prática de comunicação nas organizações através dos processos desenvolvidos pela área e não pelas funções de cada habilitação.

Dentre funções apontadas pelos estudiosos de relações públicas, pode-se destacar quatro, mencionadas por Kunsch (2003b): função administrativa, estratégica, mediadora e política, sendo esta última também trabalhada por Simões (1984). A partir da compreensão dessas quatro dimensões, é possível compreender que a atividade, inserida no contexto organizacional, “exerce funções essenciais e específicas, apoiando e auxiliando os demais subsistemas, sobretudo nos processos de gestão comunicativa e nos relacionamentos das organizações com seu universo de públicos.” (KUNSCH, 2003b, p.99).

França (1997, p.08) pontua que o profissional de relações públicas deve “ser o intermediador, o administrador dos relacionamentos institucionais e de negócios da empresa, com seu público interno e externo [...]”, não se voltando apenas para as atividades institucionais da organização, mas ressaltando também o seu papel mercadológico na medida em que propõe ações para relacionamentos eficazes entre a organização e o mercado, atuando em parceria com áreas como o marketing. Nessa perspectiva, a pesquisa empírica aponta o relações públicas como o responsável pela construção da imagem institucional e corporativa frente à opinião pública.



A função estratégica, discutida por França (2003) e Kunsch (2003b), é apontada diretamente por um entrevistado, mas permeia a discussão de vários outros, ao falarem da importância da comunicação apoiar a organização no alcance dos seus objetivos, do trabalho da comunicação institucional, da participação nas decisões estratégicas e da ligação direta à alta administração da organização.

Simões (1984) também ressalta o papel do relações públicas no processo de tomada de decisão nas empresas, já que este é inerentemente marcado pela existência de conflito e poder. Na percepção dos entrevistados, essa participação do relações públicas na tomada de decisão, além de acelerar o processo, atribui um papel consultivo à comunicação, que passa a ser vista como apoio às outras áreas da organização.

A função política, destacada principalmente por Simões (1986, 2001), foi mencionada por três entrevistados na pesquisa de campo para definir ou explicar a atuação de relações públicas. Esses entrevistados enfatizaram que as relações públicas lidam com relações de poder em uma organização e com os conflitos que a permeiam.

Grunig (2003) enfatiza que a perspectiva dessas diferentes funções de relações públicas possibilita seu entendimento num papel de “gerenciamento da comunicação entre a organização e seus públicos e a de relacionamento com o marketing e outras subáreas da comunicação social.” Dos profissionais entrevistados, cinco atribuem a gestão da comunicação como papel do relações públicas, sendo inclusive mencionado como o profissional com uma visão global da organização, capaz de gerenciar a área de comunicação e as estratégias institucionais da organização.

Para Kunsch (2003b, p.100), num contexto de comunicação integrada, no qual as organizações necessitam de processos comunicacionais permanentes, o trabalho conjunto das subáreas da comunicação com outras áreas da organização pode potencializar os resultados e objetivos pretendidos. Dessa forma, “a comunicação organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando, por meio das relações públicas, os processos interativos e as mediações.” (KUNSCH, 2003b, p.90).

5 – Considerações finais

A partir da pesquisa sobre o processo de construção conceitual de relações públicas, foi possível perceber como ocorreram mudanças e transformações na concepção da atividade e da própria comunicação nas organizações ao longo da história.

Até o final da década de 1970 e mesmo no início dos anos 1980, o que orientava as práticas e pesquisas de comunicação no Brasil era o paradigma informacional. Isso significa dizer que, nesse período, o enfoque da comunicação perpassava a compreensão de suas habilitações de forma isolada. A atuação compreendia ações como informar, promover a organização, persuadir, divulgar. A comunicação era entendida de forma compartimentada, e não como um processo contínuo.

Com a redemocratização política, o país passa por mudanças que levam a sociedade a se reorganizar, aumentando a participação social dos atores. Juntamente com o avanço tecnológico e as demandas que surgem nesse período, a interação entre sociedade e organização vai se modificando, o que exige novo posicionamento das organizações para lidar com este novo cenário.

Assim, em meados da década de 1980, os processos comunicacionais começam a ser repensados e reestruturados, de forma lenta e gradual, resultando na criação de canais de interação e diálogo entre organização e sociedade, com o intuito de estabelecer relacionamento entre estas partes. Aos poucos, o foco da comunicação começa a mudar, se voltando para o entendimento desta enquanto um processo.

Com a realização da pesquisa empírica, envolvendo profissionais e professores de relações públicas, procurou-se identificar e descrever sua percepção sobre a atividade, a fim de verificar se a realidade comunicacional encontrada na prática, no ambiente organizacional, se alinha ou é coerente com os estudos teóricos contemporâneos.

Ao relacionar a pesquisa bibliográfica com a pesquisa empírica, percebeu-se que as principais concepções conceituais sobre relações públicas estão muito presentes na fala dos profissionais entrevistados, como por exemplo: construção de relacionamento, comunicação integrada, construção de imagem, comunicação estratégica sendo vista como meio de alcançar objetivos da organização, a função política e de mediação inerente a atividade de relações públicas.

Assim, considerando a amostra da pesquisa empírica, tem-se que as percepções dos profissionais possuem coerência e sintonia com as discussões propostas pelos principais autores da década de 1990. Cabe aqui ressaltar que a pesquisa possui limitações, principalmente no que se refere à sua amostra, composta por profissionais de organizações com área de comunicação estruturada e por professores que atuam com pesquisas na área. Acredita-se que, caso o critério para a seleção da amostra fosse outro, o resultado não seria o mesmo.



Com esta pesquisa, constatou-se a importância de se compreender a comunicação como um processo que tem por base a integração e articulação das atividades de jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda e outras áreas, a negociação e a construção do relacionamento; sendo entendida como estratégica para o alcance dos objetivos do negócio e reconhecendo a importância do seu vínculo à cúpula diretiva. Foi possível compreender também que o estudo da comunicação nas organizações deve considerar a interdisciplinaridade e as interfaces dessas áreas com outros campos de conhecimentos nas organizações, a fim de se construir uma política de comunicação ampla, que não considere apenas as organizações, mas que procure estabelecer canais de diálogo e interação com seus grupos de relacionamento.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Ana Luísa de Castro; PAULA, Maria Aparecida de. **Relações públicas com comunidades: importância e programas de ação**. In: Obtendo resultados com relações públicas. KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). São Paulo: Pioneira, 2004.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1983.

BALDISSERA, Rudimar. **Estratégia, Comunicação e Relações Públicas**. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc/redealcar/cd3/rp/rudimarbaldissera.doc>> Acesso em: 15 ago. 2006.

CANFIELD, Bertrand R. **Relações públicas**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1970. 2v.

D'AZEVEDO, Martha Alves. **Relações Públicas – teoria e processo**. Porto Alegre, Sulina, 1971.

FARIAS, Luiz Alberto de. **A literatura de relações públicas – produção, consumo e perspectivas**. São Paulo: Summus, 2004.

FERRARI, Maria Aparecida. Novos aportes das relações públicas para o século XXI. **Comunicação & Sociedade**. São Paulo, Ano 24, n.39. jan. 2003a.

FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: Visão 2000. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.



_____. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a.24, n.39, 1o.sem. 2003.

GURGEL, J. B. Serra e. **Cronologia da Evolução Histórica das Relações Públicas**. 3 ed. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1985.

GRUNIG, James E. A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade social e organizacional. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 67-92. 1o. sem. 2003. Tradução de John Franklin Arce.

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997a.

_____. (org). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo. Ed. Pioneira. 1997b.

_____. Tendências da produção científica em relações públicas e comunicação organizacional do Brasil. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v.24, n.39, p.93-125, jan. 2003a.

KUNSCH, Waldemar Luiz. Do mercado à academia: as relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006). **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.29, n.2, p. 55-87, jul./dez. 2006.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Relações Públicas: os impasses da teoria e os desafios da ação profissional em Belo Horizonte**. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo, curso de pós-graduação em Ciência da Comunicação. 1993

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Dimensão estratégica da comunicação organizacional no contexto contemporâneo: um paradigma de interação comunicacional dialógica**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro - Escola de Comunicação. 2002

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Carine Fonseca Caetano de. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas: caminho que se cruzam e entrecruzam ou sobrepõem?** In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/17597>> Acesso em: 22 fev. 2006.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida. **Componentes da Comunicação Estratégica: uma reflexão sobre a articulação entre os aspectos teórico-conceituais e práticos**. Trabalho apresentado ao NP 05 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, set. 2006.



PERUZZO, Cícilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1986.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Revisitando a (re)construção histórica das relações públicas. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/17605>> Acesso em: 20 abr. 2006.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas, antes de tudo, um processo**. [S.l.], 1979. Disponível em: <<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0023.htm>> Acesso em: 19 de set. 2005.

_____. **Relações Públicas: função política**. Novo Hamburgo: Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior em Novo Hamburgo, 1984.

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas**. São Paulo: Summus Editorial, 1983.

Inserir aqui as referências bibliográficas em fonte Times New Roman, em corpo 11 (onze), com espaçamento simples entre as linhas. As referências bibliográficas, no fim do trabalho, devem ter os dados completos e seguir as normas da ABNT para trabalhos científicos. Cada referência deve ocupar um parágrafo e devem estar separados por dois espaços simples.