

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**RELAÇÕES PÚBLICAS:
História e Contextualização**

Sandro Takeshi Munakata da Silva¹

Resumo

Este artigo está dividido em duas partes: a primeira, por meio de uma pesquisa bibliográfica tem como objetivo traçar um panorama histórico de surgimento do primeiro profissional de relações públicas e do seu contratante, bem como apresentar a evolução da área no Brasil desde o seu surgimento até os dias atuais; na segunda parte, realizamos uma contextualização da área por meio de oito entrevistas realizadas com profissionais/professores de RP para avaliar pontos críticos da área: a conceituação, a origem da atividade, o curso, o aluno, a pesquisa, o mercado; e por fim faz uma análise da resolução normativa nº 43 do CONFERP.

Palavras-chave: Relações Públicas, História, Conceitos, Mercado, Legislação.

A HISTÓRIA

A Origem do Profissional de Relações Públicas nos EUA

De acordo com o *Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação* seria o “pai das relações públicas – o jornalista Ivy Lee” (ANDRADE, 1996:85). Ele inicia

¹ Discente do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). E-mail: stakesilva@uol.com.br

a prática do primeiro trabalho de relações públicas quando começa a trabalhar para John D. Rockefeller, em 1914 após a greve da *Colorado Fuel and Iron Company* (CHERNOW, 1998), umas das companhias da *Standard Oil Company*. É a partir deste momento que teremos o primeiro relações-públicas atuando profissionalmente (PERUZZO, 1986).

Como tudo começou

John D. Rockefeller nasceu no dia 08 de Julho de 1839, filho do casal William A. Rockefeller e Eliza Davidson. Durante sua infância, John sofre devido às dificuldades de sua família. Seu pai foi uma pessoa ausente, e sua mãe, uma mulher disciplinadora que trabalhou para sustentar a família.

Devido a isso, John e seus irmãos foram cuidados pela mulher de seu tio Jacob. Por conta dessa infância difícil, John se tornou um homem introvertido, sério e maduro. Logo cedo, com apenas 16 anos, começou a trabalhar como bibliotecário na empresa *Hewitt and Tuttle*. Todo o dinheiro que ganhava com o seu trabalho, fazia questão de ajudar a sua família, além de realizar doações à igreja batista que freqüentava.

Três anos depois, John e seu amigo Maurice B. Clark abrem uma empresa de produtos alimentícios em Cleveland. Em 1859, Edwin Blake descobre o petróleo no oeste da Pensilvânia. Este fato mudaria a vida de Rockefeller. Meses depois desta descoberta, Clark apresenta a John Samuel Andrews, um jovem químico que havia realizado uma experiência, que por meio da destilação do petróleo se obteria o querosene.

Em 1863, os três amigos entram no mundo dos negócios, abrindo uma refinaria de petróleo. Dai em diante os negócios crescem. Ao final daquela década, John funda a sua própria companhia, a *Standard Oil Company*.

A partir deste momento, John aumenta consideravelmente o seu império adquirindo mais e mais postos e refinarias. E em pouco tempo seu negócio o transforma em um dos homens mais ricos do mundo. Anos mais tarde, já em 1914, acontece um fato que destruiu de vez com a imagem de John Rockefeller: o Massacre de Ludlow, mais conhecido como “greve da Colorado Fuel and Iron Co”.

O Massacre de Ludlow

Em novembro de 1902, John Rockefeller compra a *Colorado Fuel and Iron Company* por 6 milhões de dólares. No entanto havia um problema, como Rockefeller estava morando em Nova York, ele nomeia Jesse Welborn como presidente e LaMont Montgomery Bowers como vice-presidente. É preciso salientar que o único contato direto que Rockefeller tinha com sua empresa era feito por meio das informações que eram enviadas por telegramas de Bowers. Só que Bowers não agiu com uma postura digna de confiança, como Rockefeller pensava. No dia 31 de janeiro de 1910, houve um acidente numa das minas de carvão em que morreram 79 trabalhadores. Porém, Bowers oculta o problema e manda um telegrama para Rockefeller avisando que a empresa estava bem.

A condição de trabalho dos mineradores ficava cada vez pior. Eram péssimas as moradias dos trabalhadores, não havia nenhuma segurança nos locais de trabalho, os salários eram muito baixos e a carga horária de serviço era extremamente abusiva.

Em setembro de 1913, os mineradores com o apoio da *United Mine Workers of America* entram em greve, e se instalam em um local próximo chamado Ludlow. As suas reivindicações eram: melhores condições de trabalho, melhores salários e redução da carga de trabalho.

Welborn e Bowers com a intenção de acabar com a greve contratam a agência de detetives Baldwin-Felts, para que assim pudessem aterrorizar os grevistas e terminar com aquele processo. Bowers acaba perdendo o controle da situação. Em abril de 1914 a greve resulta uma guerra entre os homens contratados por Bowers e os grevistas. É um incidente gravíssimo e sangrento.

O massacre é veiculado pelas grandes mídias. Rockefeller entra em crise com a opinião pública. A sua imagem é atribuída, entre outras coisas, como sendo um capitalista sanguinário. Neste polêmico caso, vale ressaltar que ele, em um primeiro momento, não sabia de nada do que estava acontecendo com a sua empresa. No entanto quando o massacre acontece, ele fica retraído e não presta nenhum depoimento à opinião pública. Eis que surge o primeiro profissional de relações públicas.

Ivy Ledbetter Lee

Em maio de 1914, Rockefeller, preocupado com a imagem e a reputação de sua família, pede ajuda a um grande amigo, Arthur Brisbane, para conseguir reverter essa situação desfavorável em que se encontrava.

Arthur recomenda a John que contrate Ivy Ledbetter Lee, pois ele acredita que este seria o único profissional capaz de melhorar a imagem dele e de sua família. Ivy Lee era um homem de 36 anos e atuava como assistente executivo do Presidente da Pennsylvania Railroad. Filho de um padre Metodista. Lee havia feito sua carreira na Universidade de Princeton. Era um jornalista e já havia trabalhado em dois jornais de Nova York: *Hearst's Journal* e *Pulitzer's World*. Pouco tempo depois, Lee deixou o campo do jornalismo e foi atuar nas relações públicas. Para ele esta área era promissora por ter ligações com o jornalismo investigativo e as relações diretas com o governo para a regulamentação de negócios.

A primeira recomendação que Lee fez a Rockefeller foi: “conte a verdade, porque mais cedo ou mais tarde, o público irá descobrir de qualquer jeito”. (CHERNOW, 1998:584). Logo em seguida, Lee fez Rockefeller parar de andar com os guarda-costas. Essa atitude transmitia a imagem de um homem temeroso. Depois dessa mudança, ambos, Lee e Rockefeller, viajaram ao local do massacre. John pôde presenciar a realidade daquele lugar, e assim desculpou-se com seus trabalhadores, iniciando uma nova fase em sua empresa, retomando os valores humanos.

As Relações Públicas no Brasil

No início do século XX, o Brasil vivencia o período inicial da República. Era o momento da transição para uma sociedade industrial propriamente dita. Margarida Kunsch nos conta a respeito das relações públicas que “estas surgiram em nosso meio no dia 30 de janeiro de 1914. Nessa data, a empresa canadense de eletricidade *The São Paulo Tramway Light and Power Company Limited*, hoje Eletricidade de São Paulo S.A (Eletropaulo), criou um departamento de relações públicas, tendo à frente Eduardo Pinheiro Lobo, patrono na profissão no país” (1997:19).

As relações públicas surgem em 1914, no Brasil, por meio da criação de um departamento de relações públicas de uma empresa canadense. Esse é um fato muito

importante porque é possível perceber que as relações públicas são apresentadas por uma cultura organizacional de uma empresa multinacional.

O Primeiro Profissional de Relações Públicas Brasileiro

Eduardo Pinheiro Lobo, o “patrono das relações públicas” no Brasil, nasceu no dia 2 de dezembro de 1876, na Cidade de Penedo, extremo sul de Alagoas. Aos nove anos de idade, após completar os estudos primários, é enviado pela família para o Rio de Janeiro para seguir carreira militar no Colégio Militar. Em 1896, depois de ter alguns problemas com a Revolta da Armada, ele abandona a carreira militar e segue para a Inglaterra onde irá realizar seus estudos e se formar em Engenharia. Depois de concluir os estudos, retorna para o Brasil e se fixa na Cidade de São Paulo.

Começa a sua atividade profissional em uma indústria: a Fábrica Penteado, logo em seguida na Companhia de Gás de São Paulo. E, finalmente, em 1906, ingressou na *The São Paulo Tramway, Light and Power Company Limited*. No início de 1914, a Light percebe a necessidade de estabelecer um contato com a imprensa e com o governo. Entende-se que é preciso concretizar uma estrutura que fosse capaz de articular esse relacionamento da organização com esses determinados públicos-alvo para criar vínculos e manter a compreensão mútua. Nesse momento surge o primeiro departamento de relações públicas no país.

Décadas de 50 a 90

A *década de 50* foi marcada por grandes acontecimentos na área de relações públicas. “Em 1951, a Companhia Siderúrgica Nacional, em Volta Redonda, RJ, constitui o primeiro Departamento de Relações Públicas autenticamente nacional.” (KUNSCH, 1997:20). Nesse momento fica evidente que as empresas brasileiras começam a perceber a importância das relações públicas.

No ano seguinte, “a primeira empresa seria a Companhia Nacional de Relações Públicas e Propaganda. Fundada em 10 de outubro de 1952, em São Paulo (...), ela foi pioneira na prestação de serviços de comunicação social no Brasil”. (KUNSCH, 1997:20)

Já em 1953, “o primeiro curso de Relações Públicas. Promovido pela Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, do Rio de Janeiro, sob o patrocínio da Organização das Nações Unidas”. (KUNSCH, 1997:20)

Nesse período notamos que o mercado e a academia já convergiam suas forças na busca pelo desenvolvimento da área. Seria preciso a criação de uma associação que zelasse pelos objetivos daquela categoria. Eis que “na cidade de São Paulo, no dia 4 de março de 1954, reuniu-se pela primeira vez, o chamado Grupo de Relações Públicas, integrado por profissionais paulistas, com a finalidade de se discutir a criação de uma associação de Relações Públicas”. (ANDRADE, 2001:73)

E como era de se esperar, a reunião desse grupo seletivo de relações públicas resultou que “em 21 de julho, é fundada em São Paulo, a ABRP” (KUNSCH, 1997:48). E graças a essa associação “criam-se os primeiros especializados e as primeiras assessorias de relações públicas e são lançadas as primeiras publicações na área” (KUNSCH, 1997:48).

A *década de 60* é mais marcante e mais complicada de toda a história do Brasil. Temos o golpe militar de 64 que irá encarcerar o país em um pouco mais de vinte anos de uma das mais cruéis ditaduras de todos os tempos. A área de relações públicas sofreu com a ditadura porque tivemos “a criação da AERP em 15 de janeiro de 1968 (...), ela funcionou como uma verdadeira agência de propaganda política, para “vender” o regime autoritário de forma massiva, disfarçando a censura mais violenta que este país já teve” (KUNSCH, 1997:26).

E assim nós podemos notar que “a atuação agressiva dessa assessoria contribuiu para formar um conceito negativo da essência das relações públicas junto a formadores e multiplicadores de opinião, em um período tão conturbado da vida nacional” (KUNSCH, 1997:26). É importante frisar que essa assessoria não possuía nenhum profissional de relações públicas em atuação. Faziam parte da AERP “uma equipe de jornalistas, psicólogos e sociólogos” (KUNSCH, 1997:26).

Nessa época ainda temos “a realização no Rio de Janeiro, em 1967, do IV Congresso Mundial de Relações Públicas, que, entre outras coisas, definiu funções básicas e específicas da profissão” (KUNSCH, 1997:28).

Em 1967, “foi a criação do primeiro curso superior de relações públicas com duração de quatro anos, na Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo”. (KUNSCH, 1997:28).

Porém precisamos dizer que foi naquele tempo que ocorreu a regulamentação da profissão de relações públicas por meio da lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Mas no entanto “deu-se de forma prematura, pois esta ainda não havia se firmado nem na teoria nem na prática, ou seja, não era reconhecida pelo meio acadêmico e pela sociedade” (KUNSCH, 1997:23).

A *década de 70* foi marcada por uma sucessão de eventos que não se demonstraram bem-sucedidos na área da comunicação. Após a regulamentação das leis que determinam que só poderia exercer a profissão de relações públicas somente aquele que fosse bacharel em relações públicas, inicia-se um processo intenso de implementação e criação de faculdades de comunicação, em especial, os cursos de relações públicas.

Porém existem dois problemas nesse período: o número de cursos e faculdades se tornou maior do que a demanda de professores para ministrar as aulas nesses cursos e faculdades; os professores e os profissionais não estavam bem qualificados, até porque não existiam cursos no país que pudessem suprir as necessidades exigidas naquele momento.

Pode-se dizer que *a década de 80* foi fantástica para a área de relações públicas. O regime militar já perdurava por muitos anos, e desde o final da década de 70 já apresentava sinais de transformação. É nesse período que temos a transição de uma ditadura militar para a democracia.

Surge um novo pensamento institucional. Agora com a democracia, a liberdade de imprensa estava assegurada. E os estilos de comunicação que haviam sido utilizados durante o regime autoritário precisariam e deveriam mudar.

Essa mudança exigiu não só do governo, mas também das organizações, uma postura diferente, porque agora tanto o governo como as empresas teriam que se comunicar com seus públicos por meio de uma comunicação ética e transparente. A nova postura seria o grande diferencial que estava surgindo para os profissionais de relações públicas, porque eles teriam que desenvolver e trabalhar a comunicação de maneira aberta, honesta, que deveria estabelecer a compreensão mútua entre uma instituição e os seus públicos vinculados de maneira clara e objetiva e acima de tudo respeitosa.

Decerto, a *década de 90* é um momento muito especial para a área de relações públicas. A área inicia um processo de reflexão sobre a sua teoria e prática. Essa época é distinta porque temos a dinamização dos mercados econômicos e sentimos também as profundas mudanças produzidas pelo capitalismo e a globalização. Faz-se necessário que a profissão de relações públicas seja capaz de se adequar às novas tendências e necessidades do mercado.

São feitos inúmeros esforços para se pensar uma nova maneira de aprender, fazer e ensinar relações públicas para os alunos dos cursos universitários. Um desses esforços se constituiu pelo Parlamento Nacional de Relações Públicas que obteve as seguintes conclusões: a manutenção da profissão regulamentada; a revisão da lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967; o incentivo ao registro profissional; o estabelecimento das funções de relações públicas, bem como o seu campo de atuação; e por último o controle e aperfeiçoamento dos cursos de formação superior.

A CONTEXTUALIZAÇÃO

O nosso objetivo é ter uma visão que possa contribuir para esclarecer o contexto atual das relações públicas tanto no nível acadêmico quanto em relação ao mercado de trabalho. Foram selecionados oito profissionais, todos eles com experiência na área de Relações Públicas, que possuem tanto experiência como docente como experiência como profissionais no mercado. Essas entrevistas buscaram uma análise qualitativa, com perguntas abertas, que tinham por objetivo obter depoimentos sobre questões que são fundamentais e intrínsecas à área de Relações Públicas.

O Conceito

Sendo o objeto das relações públicas sempre o mesmo, por que existem tantas definições e ainda, por que será que não existe uma espécie de “consenso” entre essas conceituações ? Como diz a professora Tânia Baitello,

relações públicas é um instrumento de excelência para o planejamento estratégico da organização com os seus públicos. A partir daí, eu posso, justamente pela abrangência que a

profissão comporta, enriquecer isso partindo de conteúdos e interpretações de várias maneiras (SILVA, 2004:37).

Temos que, relações públicas por meio do planejamento estratégico buscam a excelência de comunicação entre a organização e seus públicos. E também que é uma área generalista e tem um amplo espectro de atuação. Por isso cada profissional pode criar sua própria definição com base na sua experiência e atuação.

Fica evidente, como nos diz a professora Ethel Shiraishi que, por ser “a atividade de relações públicas (...) uma atividade limítrofe, (...) fica o tempo todo interagindo com diversas áreas como a administração, recursos humanos, marketing e a própria área de comunicação” (SILVA, 2004:37). É uma atividade muito ampla e rica em campos de atuação. E talvez por isso, como diz a professora Heloiza Matos, a área de relações públicas “sendo um campo multidisciplinar, seria quase impossível encontrar um conceito único” (SILVA, 2004:37).

A Origem

Será que a origem das relações públicas, por ser controversa, isto é, ter sido utilizada em função de um contexto polêmico e de maneira questionável, teria influenciado de maneira que, até hoje, a mesma não tenha o reconhecimento que merece? A professora Tânia Baitello afirma que o problema de origem não é exclusivamente de relações públicas, mas sim da comunicação como um todo, porque ela “nasceu para executar determinadas funções para alcançar resultados delineados” e para isso “usou, inicialmente, as técnicas de manipulação e persuasão, mais persuasão beirando manipulação”(SILVA, 2004:38).

Então, o problema é que temos a comunicação surgindo em um contexto onde os públicos não tinham acesso à informação. E assim, alguns profissionais sabendo dessa dificuldade dos públicos, utilizaram-se das técnicas de comunicação, em especial, a manipulação.

Em relação à origem das relações públicas no Brasil, não iremos nos limitar a pensar na atuação de Eduardo Pinheiro Lobo, mas sim, na época de desenvolvimento e ampliação da área de relações públicas na época do período militar. É importante o que nos diz o professor Luiz Alberto, “relações públicas atuaram para a preservação do Regime Militar”, até porque todas as profissões que atuaram durante esse regime “atuaram para

preservá-lo, porque não era um regime democrático, era um regime autoritário” (SILVA, 2004:37-38). Então, devido a essas causas durante a origem e o desenvolvimento das relações públicas, acreditamos que ainda exista um certo preconceito contra essa área.

O Curso

Como deveria ser estruturado um bom curso de relações públicas? E também saber como deve ser a postura do aluno, para que ele tenha um bom aproveitamento nesse curso? Antes de se estruturar um bom curso de comunicação, precisamos estruturar um bom processo seletivo. Precisamos selecionar aqueles alunos que já tenham um conhecimento prévio do que é relações públicas. Portanto, é preciso que o aluno antes de entrar na faculdade obtenha as informações necessárias acerca do curso escolhido. A professora Ethel afirma: “o que eu percebo é que boa parte dos alunos entra na faculdade sem saber o que é relações públicas, e ele não tem noção do quanto ele precisa se dedicar e estudar para que seja um bom profissional” (SILVA, 2004:40).

Em relação à grade curricular, é preciso que, como comenta o professor Maurício Marra, o curso ofereça “uma formação técnica forte em comunicação e uma formação humanística forte no conhecimento do ser humano e da dinâmica social, criando profissionais capacitados tanto técnica quanto criticamente”. É preciso que o aluno se torne um “generalista especializado em comunicação” (SILVA, 2004:41).

Mas ainda existe um ponto muito importante que é citado pelo professor Ivan Santo Barbosa: “o elemento mais forte que deveria ser formado, pois ele ainda não o é suficientemente, é essa linguagem do empresário, é conhecer essa linguagem do capital para conseguir dizer para o detentor do capital que a comunicação não resolve tudo” (SILVA, 2004:41). O ponto apresentado pelo professor Ivan é importante porque hoje alguns empresários e até mesmo profissionais de comunicação acreditam que a comunicação pode e resolve qualquer situação, quando na verdade se sabe que é impossível superar todas as crises.

O Aluno

Como é o modo como o aluno deve se comportar dentro e fora da academia com o objetivo de aperfeiçoar os seus conhecimentos? Antes de tudo o aluno de relações públicas

deve ter consciência da opção escolhida. Ele precisa se identificar, se integrar ao curso escolhido. Depois, como diz o professor Backer Fernandes, o aluno precisa saber que

a faculdade é um ambiente de estudo, de aprendizado, é aqui que ele vem buscar o seu aprendizado, são poucas horas que ele (...) tem que se concentrar, realizando um exercício de concentração e absorver tudo, os ensinamentos nas salas de aula, nos bate-papos, na relação com os professores (SILVA, 2004:44).

A faculdade é o início, é a base que o aluno tem para continuar os seus estudos, na busca sempre pelo aperfeiçoamento de seus conhecimentos.

A Pesquisa

Qual a importância da pesquisa na área de Relações Públicas? Como nos diz a professora Ethel Shiraishi, “a origem do nosso trabalho, do desenvolvimento de um projeto de relações públicas está baseada na pesquisa. Sem pesquisa, não existe relações públicas” (SILVA, 2004:44). A professora Tânia Baitello nos diz que não existe um bom profissional sem uma forte fundamentação teórica conceitual. E para tanto, cabe ao profissional fazer, realizar, buscar aprimorar seus conhecimentos pelas pesquisas: primárias, informativas e científicas de âmbito acadêmico. Em contrapartida, nos conta também a professora Tânia que a pesquisa continuará a ser importante para a prática da profissão, porque ela é fundamental para a elaboração de planos de ações específicas e para entender o comportamento do público e a percepção da imagem (SILVA, 2004:45).

O Mercado

Como está o mercado para o profissional de relações públicas? Com relação a esse último tema abordado pela nossa pesquisa, chegamos às seguintes conclusões: todos os profissionais abordados são condizentes em dizer que o mercado está bom para o profissional de relações públicas. Existem vagas porque o mercado precisa de bons profissionais de relações públicas, mas é preciso um perfil mínimo para tal.

No entanto, foi constatado que todos os profissionais disseram que as dificuldades que sofrem os profissionais de relações públicas não são exclusivas da própria área. A professora Tânia Baitello diz que

a dificuldade hoje para o profissional de relações públicas é a mesma do arquiteto, do médico, do dentista e para todas as profissões por causa do macro-ambiente em que nós vivemos, e do ritmo que a globalização nos impôs a todos os países por meio do enxugamento das estruturas (SILVA, 2004:45).

Então, é claro que temos dificuldades, mas essas são as mesmas que enfrentam todos os outros profissionais. Cabe ao profissional estruturar um planejamento estratégico para descobrir quais são e onde estão essas oportunidades e buscar meios para se inserir nesse amplo campo de atuação. “Nesse caso é a dedicação, é ter um portfólio, aproveitar o portfólio da escola, é aproveitar o que você pode fazer na universidade, é falar pelo menos um idioma, ou estudar para tal, e escrever muito bem já são grande diferenciais”, comenta o Prof. Júlio Barbosa (SILVA, 2004).

Resolução Normativa n.º 43

No dia 24 de agosto de 2002, o CONFERP (Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas) constituiu a resolução normativa n.º43, na qual define as funções e atividades privativas dos profissionais de relações públicas. No artigo primeiro, parágrafo 1.º, nós temos a delimitação da área de atuação: todas as ações de uma organização que buscam estabelecer e manter a compreensão mútua com seus públicos por meio da comunicação, são exclusivas de relações públicas. Temos aqui uma maior exatidão de funções, isso é, controle de nossas atividades.

Já no artigo primeiro, parágrafo 2.º, as relações públicas são definidas como sendo uma filosofia administrativa organizacional, com funções administrativas de direção e de comunicação. Ainda no artigo primeiro, parágrafo 3.º, as relações públicas são caracterizadas pela aplicação de seus conceitos e técnicas dentro de três níveis específicos de comunicação: estratégica, dirigida e integrada.

Continuando em termos de definições, a resolução distingue os tipos de comunicação: a) institucional: é a comunicação que forma uma imagem positiva, com a intenção de informar e satisfazer os interesses da empresa e de seus públicos; b) corporativa: tem as mesmas características da institucional, mas difere pelo fato de estar diretamente ligada à alta administração; c) organizacional: é a comunicação que trabalha a ação estratégica de uma organização; d) pública ou cívica: é a comunicação que promove o fluxo de informações entre as instituições públicas e a sociedade.

Por fim, essa resolução apresenta as novas reformulações e definições para o exercício da profissão. De uma maneira mais abrangente e mais objetiva, ela consegue adequar-se às necessidades da área, dando-lhe maior sustentação e segurança à prática da atividade de relações públicas.

Referências

ANDRADE, C.T.S. **Dicionário profissional de relações públicas e glossário de termos anglo-americanos**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1996.

_____. **Para entender relações públicas**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

BARBOSA, J. C. A estética de relações públicas. In: **Communicare: Revista de Pesquisa**. v. 3. n. 1. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2003.

CHERNOW, R. **Titan: the life of John D. Rockefeller**. New York: Vintage Books, 1998.

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

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

PERUZZO, C. M. K. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.

PINTO, J. G. S. **A vida e obra de Eduardo Pinheiro Lobo**. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/memoria/0044.htm>>. Acesso em 14/09/2004.

SILVA, S. T. M. ANEXO II – Transcrição de Entrevistas. In: _____. **Teoria da Comunicação: uma análise de modelos teóricos para relações públicas**. Monografia de Iniciação Científica. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2004.

SIMÕES, R. P. **Relações Públicas: função política**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1995.