

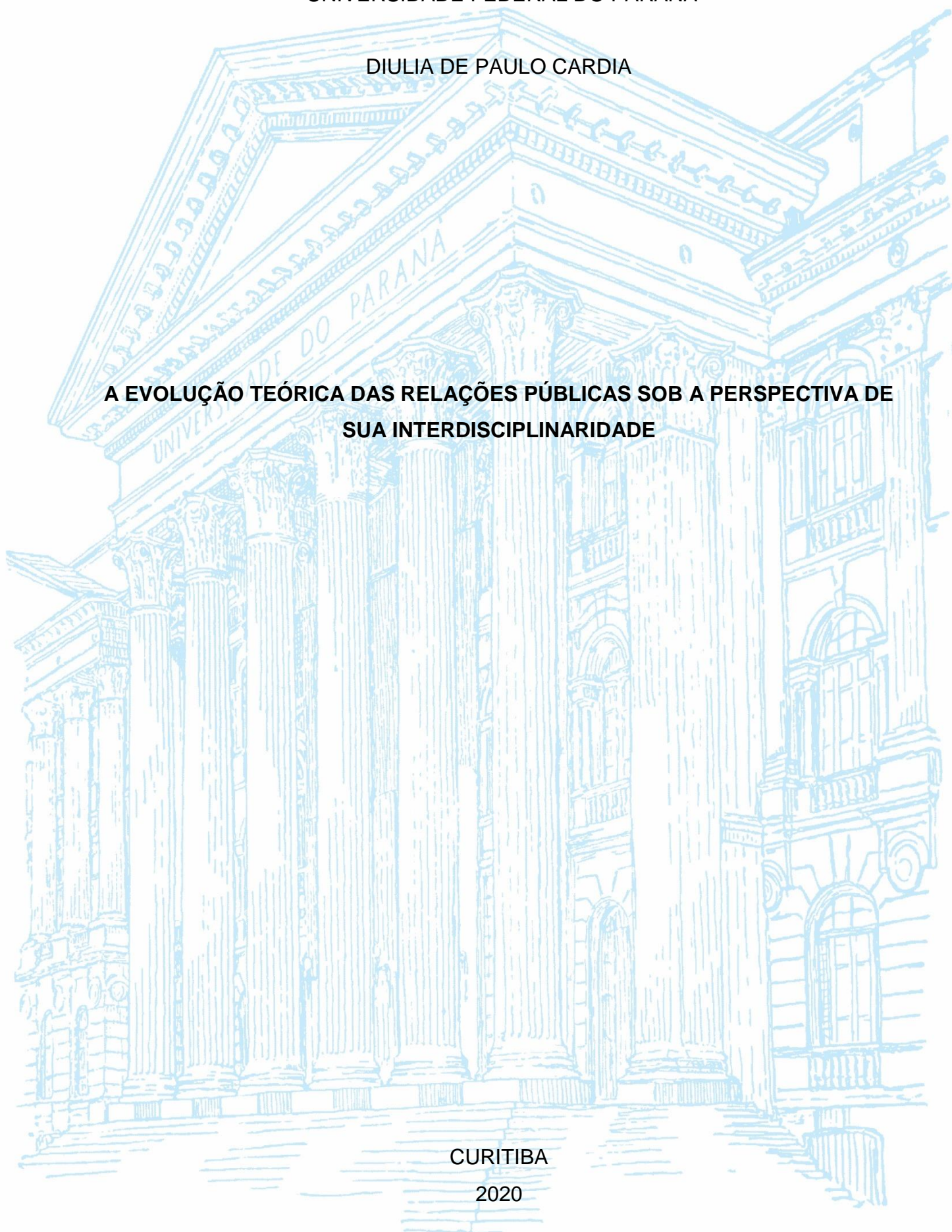
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DIULIA DE PAULO CARDIA

**A EVOLUÇÃO TEÓRICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS SOB A PERSPECTIVA DE
SUA INTERDISCIPLINARIDADE**

CURITIBA

2020



DIULIA DE PAULO CARDIA

**A EVOLUÇÃO TEÓRICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS SOB A PERSPECTIVA DE
SUA INTERDISCIPLINARIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná como requisito à obtenção do título de obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Me. Pedro Chapaval Pimentel

CURITIBA

2020

Este trabalho é dedicado em especial à minha tia, Elizelda Alves, e também a todas as mulheres que, assim como ela, foram vítimas de seus companheiros, mas cujas mortes apenas reforçaram nossa luta diária pela igualdade e por um mundo melhor.

AGRADECIMENTOS

À Deus, que me proporcionou uma bela jornada nestes anos de faculdade, o qual foi meu auxiliador nos momentos difíceis.

Aos meus pais, que fizeram o possível para que os meus estudos pudessem me dar subsídio para entrar em uma Universidade Federal e que me apoiaram nas decisões conflituosas que eu precisei tomar durante toda minha vida.

Às minhas grandes amigas e companheiras de faculdade, Carina Calderón e Giovanna Stabellini, com quem eu dividi quatro anos de estudos nas salas do Departamento de Comunicação da UFPR.

A todos os meus colegas de sala e hoje colegas de profissão, que me ensinaram muito com suas experiências acadêmicas e profissionais e sempre prestaram todo o auxílio para que fôssemos capazes de passar por essa fase juntos.

Aos meus professores, em especial à Milene Lourenço e Denise Stacheski, que semearam em todos os seus alunos o gosto por essa belíssima profissão através de didatismo e metodologias louváveis.

À diretora do Setor de Artes, Comunicação e Design, Regiane Ribeiro, que foi quem me introduziu ao mundo das Relações Públicas e expôs o tema do qual trata este trabalho.

Ao meu orientador, Pedro Chapaval Pimentel, pelo conhecimento compartilhado comigo, o incentivo e a parceria no desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu chefe, amigo e hoje Diretor-Geral da Secretaria de Estado da Educação, Gláucio Dias, por acreditar no meu potencial, compartilhar ensinamentos da Comunicação e da vida e me oportunizar espaços gigantescos de crescimento.

RESUMO

As Relações Públicas, por objetivar uma compreensão mais completa do todo, têm fortes influências de outras áreas do conhecimento que, por vezes, dificultam a delimitação do campo e da atividade. Nesse sentido, este trabalho busca compreender a evolução teórica das Relações Públicas sob o espectro da influência de outras disciplinas neste campo do conhecimento. Para tal, analisamos 5.128 artigos nos quais foram aplicados métodos bibliométricos a fim de produzir dados quantitativos e estatísticos do campo, tais como: autores mais influentes, temas mais pertinentes e tendências de pesquisa. Percebeu-se que, apesar de a interdisciplinaridade ser intrínseca às Relações Públicas, a pesquisa científica da área, sobretudo nos Estados Unidos, já produz conceitos e teorias próprias, tornando-a uma área consolidada e, portanto, independente.

Palavras-chave: Relações Públicas. Estado da Arte. Interdisciplinaridade. Bibliometria.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - A ÁRVORE GENEALÓGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS.....	31
FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA ANUAL ENTRE 1945 E 2020.....	39
FIGURA 3 – OS DEZ AUTORES MAIS CITADOS ENTRE 1945 E 2020.	46
FIGURA 4 – MAPA DE ANÁLISE DE CO-OCORRÊNCIA DE PALAVRAS.	48

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – AS DEFINIÇÕES PARA “RELAÇÕES PÚBLICAS”	23
QUADRO 2 – RESUMO DOS MÉTODOS BIBLIOMÉTRICOS.....	36
QUADRO 3 – CRITÉRIOS DE BUSCA NA BASE WEB OF SCIENCE (12 DE MAIO DE 2020).....	38
QUADRO 4 – 20 PRINCIPAIS ÁREAS COM MAIS ARTIGOS PUBLICADOS	41
QUADRO 5 – 20 JORNAIS ACADÊMICOS QUE MAIS PUBLICAM	42
QUADRO 6 – DEZ PAÍSES COM MAIS ARTIGOS PUBLICADOS E REFERENCIADOS	43
QUADRO 7 – DEZ ARTIGOS MAIS CITADOS LOCALMENTE.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. UMA BREVE A HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	12
3. AS RELAÇÕES PÚBLICAS CONTEMPORÂNEAS	19
3.1. DEFINIÇÕES E ABORDAGENS.....	21
3.2. A QUESTÃO DA INTERDISCIPLINARIDADE	27
4. METODOLOGIA.....	35
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	39
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS.....	54

1. INTRODUÇÃO

Em cursos de Comunicação Social, somos ensinados a enxergar a atuação do Relações Públicas como algo que vai além da comunicação escrita, falada ou percebida. Busca-se nesse profissional a flexibilidade para moldar uma empresa e nos moldarmos à medida que a sociedade evolui, seja tecnológica, econômica ou conceitualmente. Também é função dos RP saber como beneficiar todas as partes envolvidas no ato de atribuir sentido aos argumentos de todos de forma democrática para encontrar, finalmente, uma conformidade de interesses. Tais atividades requerem conhecimentos que transcendem a Faculdade de Comunicação e perpassam pela Administração, Psicologia, Sociologia, e Filosofia, disciplinas presentes na grade curricular dos cursos da área. Essa prática interdisciplinar busca atender às necessidades de conhecer integralmente o objeto comunicacional (MATTOS, 2008).

A abrangência da profissão acaba por causar um paradoxo em sua essência e uma enorme dificuldade em atribuir uma definição e atividades específicas, comprometendo a legitimidade da área e o espaço ocupado no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo a formação a partir de diversas Faculdades: permite ao profissional de Relações Públicas diagnósticos mais completos e um melhor panorama de diferentes situações, mas é muitas vezes vista como um aspecto negativo, porquanto pressupõe uma pluralidade de funções que dificulta a delimitação da atividade e muitas vezes sua própria definição (DANTAS, 2016).

No Brasil, por exemplo, a atividade de Relações Públicas foi regulamentada no Brasil com a Lei nº 5.377 em 11 de dezembro de 1967, cerca de 20 anos após seu surgimento no país. Essa regulamentação precoce¹ da atividade prejudicou seu progresso acadêmico-científico, pois sendo uma área ainda pouco desenvolvida à época, não havia arcabouço teórico suficiente que pudesse vir a propiciar questionamentos que poderiam futuramente conferir à atividade a feição de ciência (RAE, 1964; 1971). De acordo com Lakatos e Marconi (2003), uma das premissas para que uma área passe a ser considerada ciência é a possibilidade de criar

¹ A atividade de Relações Públicas foi regulamentada no Brasil com a Lei nº 5.377 em 11 de dezembro de 1967, cerca de 20 anos após seu surgimento no país.

enunciados passíveis de verificação e se tal atitude crítica não existe, nada mais é do que senso comum.

As Relações Públicas nascem interagindo com outras áreas e as interfaces provenientes de sua interdisciplinaridade têm por fruto uma complexidade na profissão que dificulta a real compreensão desta área de atuação. Nesse sentido, o objetivo geral deste trabalho é: compreender o desenvolvimento das Relações Públicas sob a ótica de sua interdisciplinaridade. Os objetivos específicos deste trabalho são: (1) avaliar a evolução das Relações Públicas por meio da revisão da literatura disponível na área; (2) compreender as interfaces das Relações Públicas com outras áreas do conhecimento; (3) evidenciar a natureza interdisciplinar da profissão; (4) apresentar o estado do conhecimento das Relações Públicas para proporcionar a possibilidade de solucionar pontos confusos dentro da mesma e contribuir para o campo no sentido de debater os desafios da profissão; e (5) alcançar uma definição a partir de uma construção conjunta, sempre em aprimoramento que, mesmo não sendo unânime, auxilie a sociedade a compreender como atua um Relações Públicas.

Para cumprir com o objetivo geral, a metodologia aplicada nesse trabalho é a análise bibliométrica, a qual utiliza-se de técnicas estatísticas que permitem medir índices de produção e disseminação do conhecimento, e compreender como se desenvolve a estrutura do campo pesquisado (ZUPIC; ČATER, 2015). A partir de dados quantitativos e estatísticos, pretende-se uma análise objetiva de indicadores de produção e tendências da pesquisa no campo.

Esse trabalho se divide em 6 capítulos. Após essa introdução, é feito um remonte histórico da área das Relações Públicas, abordando a profissão desde os seus primórdios e primeiros registros até a modernidade. No capítulo 3, contextualizamos a problemática da interdisciplinaridade no campo das Relações Públicas e apresentamos algumas definições da profissão ao longo do tempo. Na sequência, no capítulo 4, explicamos a metodologia empregada na análise de dados que é apresentada e discutida no capítulo 5. E por último, tecemos as considerações finais e destacamos as contribuições deste trabalho juntamente com as limitações, apontando direções para futuras pesquisas.

2. UMA BREVE A HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Por mais recente que sejam as Relações Públicas no que diz respeito ao estabelecimento da atividade e a expressiva adoção de suas técnicas dentro de organizações, o ideário dessa profissão remonta aos primórdios da humanidade. Em outras palavras, embora a profissão tenha seu marco temporal e local determinado por consenso como os Estados Unidos do século XX, suas práticas são muito mais antigas (GRUNIG, 2003; SCHÖNHAGEN; MEIßNER, 2016).

Apesar de traçarmos uma evolução anacrônica das Relações Públicas, é possível situar alguns eventos relevantes para sua ocorrência. Grunig (2003), por exemplo, revela que acadêmicos chineses indicam que cerca de 5 mil anos atrás, a aristocracia chinesa já praticava algo muito parecido com o que hoje chamamos de Relações Públicas. Cortez (2007) sugere que na Grécia Antiga, a *Ágora*, como espaço de troca de mercadorias e ideias, é outro exemplo da atividade. As *Ágoras* eram tidas como um espaço de mediação cultural, permitindo o exercício da cidadania por meio de discursos que inseriam novas percepções em um debate central que originou um modelo de ação política baseado no uso da palavra e da retórica. Esse cenário suscitou a construção da imagem de oradores capazes de dialogar com pensadores distintos e de forma adequada à ocasião.

Andrade (1993) reitera essa perspectiva cronológica das Relações Públicas ao afirmar que na medida em que se formavam grupamentos humanos, foram estabelecidas relações que, por sua vez, estabeleceram políticas de relacionamento visando a harmonização e o entendimento entre os indivíduos. Nesse sentido, o autor cita inclusive o episódio protagonizado por Moisés no Monte Sinai, em que o profeta recebe do próprio Deus vivo a revelação de Dez Mandamentos que orientariam as atitudes e o comportamento do povo de Deus com o objetivo de formar entre os povos uma aliança espiritual.

O julgamento de Jesus Cristo na Corte de Pilatos é outro acontecimento descrito das Escrituras Sagradas que nos dias de hoje poderia ser enquadrado como uma ação de Relações Públicas. Ao se pôr a ouvir a opinião do povo em relação a soltura de Jesus ou Barrabás (PETERSON, 2001), Pilatos infere a importância da opinião pública, tida como a voz da maioria, numa ação primitiva desta profissão. Nassar (2007) também afirma que João Batista foi um ótimo relações-públicas para

Jesus Cristo e que a Igreja Católica precisou se utilizar muito da comunicação para persuadir os crentes a aderir as Cruzadas, e até mesmo para manter uma comunicação coesa em todo o Império Romano. Durante a Idade Média, a formação de corporações de ofícios² é tida também como um indício das Relações Públicas. Mas é somente no século XVIII que prenúncios da atividade ressurgem com força, como apontam Kopplin e Ferraretto (2001) ao salientar que George Washington³ contratou o escritor e editor Samuel Adams para fazer a divulgação de informações oficiais, mesclando elementos do jornalismo, relações públicas e publicidade.

Outros presidentes norte-americanos são apontados como protagonistas do nascimento das Relações Públicas. Um manuscrito de 1807 enviado ao Congresso Nacional pelo terceiro presidente dos Estados Unidos, Thomas Jefferson, pode ter sido o primeiro registro grafado das Relações Públicas, como sugere Andrade (2005). O termo foi cunhado pelo então presidente ao enfatizar a necessidade de o Governo prestar contas ao povo, questões relacionadas à transparência já apareciam, portanto, no século XIX. Anos mais tarde, em 1828, Andrew Jackson organizou o Setor de Imprensa e Relações Públicas da Casa Branca (KOPPLIN; FERRARETTO, 2001).

Entretanto, outros pesquisadores sugerem que o responsável pelo primeiro registro formal do termo foi um advogado de Nova Iorque, Dorman Eaton, que em 1882 fez um discurso para a turma de formandos da Faculdade de Direito de Yale que tinha como título “*The Public Relations and the Duties of the Legal Profession*” e se referia ao entendimento das relações para um bem comum (GOLDMAN, 1965). Fato é que a partir desse período começa a se formar nos Estados Unidos o cenário social, político e econômico ideal para a eclosão da Relações Públicas, e este cenário diz muito sobre a natureza e as atividades dessa profissão (SCHÖNHAGEN; MEIßNER, 2016).

O fortalecimento da sociedade civil com discussões de temas relevantes para toda a população e a mobilização política do final do século XVIII, demonstram que os fundamentos do campo estão fortemente ligados ao fenômeno da opinião pública, sendo entendida como “um complexo de pronunciamentos semelhantes de segmentos maiores ou menores da sociedade em relação a assuntos públicos” (ONCKEN *apud*. LAZARSELD, 1972, p. 111). Mais do que sua ligação com a opinião

² Associações de pessoas que exerciam uma mesma função e se uniam a fim de se defenderem e negociarem de forma mais eficiente.

³ Primeiro presidente norte-americano (1789-1797).

pública, é imprescindível destacar o caráter eminentemente político das Relações Públicas, desde os seus primórdios. Para melhor compreender essa característica fundamental da profissão, é preciso entender o período histórico dos Estados Unidos a partir do século XIX, em que um forte processo de industrialização tem início e a prática das Relações Públicas finalmente começa a ser reconhecida como base de uma nova profissão (SCHÖNHAGEN; MEIßNER, 2016).

Os Estados Unidos foi o primeiro país fora da Europa a se industrializar e experimentar o desenvolvimento advindo desse processo que também foi marcado pelo enfraquecimento do movimento sindical, já que a sociedade estadunidense começava a se regozijar com os efeitos positivos do novo modelo econômico que viria a ser conhecido como capitalismo (PINHO, 2008). Mas o movimento sindical americano se fortaleceu novamente a partir de 1871 quando chegava aos EUA o Manifesto Comunista de Karl Marx, que entre suas páginas conclamava: “proletários de todos os países, uni-vos”. E em 1886 a nova organização trabalhista Federação Americana do Trabalho (FAT), já somava mais de 700 mil associados que até então eram representados pela Ordem dos Cavaleiros do Trabalho (OCT).

É interessante notar que a Federação Americana do Trabalho era preocupada com a opinião pública. Na verdade, a FAT possuía, como um dos seus princípios básicos, a mobilização da opinião pública, visando torná-la favorável para com sua causa: “Os sindicatos devem cultivar a opinião pública com o objetivo de se tornarem mais aceitáveis para a economia e a sociedade americana”. (PINHO, 2008, p. 26)

Grandes greves abalaram o país economicamente e nesse momento o movimento sindical se consolidou na América do Norte como organizações políticas e não meramente trabalhistas. A utilização exaustiva dos meios de comunicação através de estratégias capazes de cativar a opinião pública culminou, em 1889, na regulamentação da jornada de trabalho de 8 horas diárias pela Corte Americana e outras diversas conquistas da classe (PINHO, 2008).

As entidades patronais perceberam então que era hora de tomar atitudes semelhantes e começaram a desenvolver políticas e estratégias antissindicais com o mesmo objetivo de ganhar a opinião pública para legitimar seus interesses empresariais. Os métodos de administração científica taylorista e fordista⁴, com o ideal

⁴ O Fordismo, idealizado na década de 1910, por Henry Ford, na sua fábrica de automóveis, a Ford Motor Company, nos EUA, foi responsável pelo desenvolvimento de uma tecnologia apropriada para o

de um trabalho otimizado por procedimentos pré-estabelecidos e individualizados, foram as principais ferramentas utilizadas para uma dominação social velada implantada pelos patrões na tentativa de minar incentivos à luta por direitos coletivos (RAGO; MOREIRA, 1984).

A efervescência política da época, levados em conta os fatos aqui já citados, foi extremamente favorável para o surgimento de um profissional especializado em reverter a opinião pública aos interesses e às causas daqueles que se utilizavam dos seus serviços. Em 1903, surge então um jornalista e publicitário que se destaca nos Estados Unidos como *press agent*, uma atividade até então desconhecida cujo objetivo era criar relacionamento entre as instituições e seus públicos por meio de artigos em jornais. Ivy Lee foi peça central na renovação da imagem de grandes empresas americanas no período compreendido entre 1903 e 1914, em que se estruturou uma intensa campanha contra o *big business* com diversas denúncias de corrupção existente tanto no âmbito governamental quanto no âmbito privado, protagonizadas principalmente pelos *muckrackers*⁵ (PINHO, 2008).

Sua primeira grande atuação foi na Assessoria de Imprensa e Relações Públicas montada pelas empresas ferroviárias, que eram as mais atacadas. Ivy Lee atuou em grandes empresas de carvão, ferrovia e petróleo, sendo na última o seu desempenho mais memorável. Pinho (2008) destaca que foi pelas mãos de Lee que o bilionário John Rockefeller⁶ passou de patrão que maltratava seus funcionários à velho bondoso e filantropo aos olhos da sociedade.

Mais tarde, em 1916, Lee abriu seu próprio escritório de Relações Públicas, o *Lee & Harris & Lee*, que mais uma vez inferia de forma clara que esta era uma nova atividade e não um desdobramento de alguma outra já existente. As Relações Públicas obtêm dessa forma seu marco histórico como uma nova profissão galgada em um “direcionamento lógico e ordenado a partir de um conjunto de estratégias, previamente planejadas, com o objetivo de compor uma política de comunicação direcionada para os públicos de uma organização” (PINHO, 2008, p. 34).

sistema taylorista, delineando os princípios da produção em massa, com a implantação da linha de montagem.

⁵ Assim eram conhecidas as pessoas que tinham como objetivo causar escândalos dentro da imprensa, a tradução literal para essa expressão seria exploradores de escândalos.

⁶ John D. Rockefeller foi um empresário norte-americano que revolucionou o setor petrolífero. Contratou os serviços de Ivy Lee para reconquistar a opinião pública e o prestígio com a classe trabalhadora após um conflito entre mineiros e militares que deixou cerca de 20 pessoas mortas.

Na década de 1920, outro marco é adicionado à história das Relações Públicas (RP) quando Edward Bernays publica o primeiro livro na área e cria a figura do “assessor”, a quem caberia analisar e entender as tendências não visíveis na opinião pública. Bernays, sobrinho do pai da Psicanálise, Sigmund Freud, e primeiro docente em RP, trouxe para a atividade noções dos estudos das ciências sociais e da psicologia e com isso as Relações Públicas alcançam uma nova abordagem: a construção de relacionamentos (KUNSCH, 2006).

No Brasil, como nos Estados Unidos, o surgimento da profissão está ligado a política. Mas diferentemente de como aconteceu no cenário norte-americano, onde a hostilidade contra as grandes organizações serviu de mola propulsora para o surgimento das RP, aqui, a difusão da atividade se deu por volta da década de 50 com o Governo de Getúlio Vargas, e sua ideologia do Estado Novo. Em 1941, Vargas criou a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) e instaurou o primeiro Departamento de Relações Públicas, com o objetivo de promover a indústria siderúrgica e sua importância simbólica para a nação.

Tal ideologia, em que predominava a promoção do capital estrangeiro e o processo de industrialização mais acentuado, teve sequência no Governo de Juscelino Kubitschek (1956 – 1961) e conferiu ao Brasil um caráter mais moderno e global. Nessa perspectiva foi estimulada e facilitada a entrada de multinacionais no país e as Relações Públicas chegaram com mais força junto com essas empresas, “desenvolvendo-se, inicialmente, como atividade gestora do relacionamento entre organizações e públicos” (STEFFEN, 2003, p.49). De acordo com Nassar, Farias e Oliveira (2016), foi também nesse período em que foram ministrados os primeiros cursos da atividade, em que foram criadas as primeiras associações de relações públicas, realizados os primeiros seminários e congressos e também publicado o primeiro livro sobre a área: “*Para Entender Relações Públicas*”, de 1962, escrito por Cândido Teobaldo de Souza Andrade (ANDRADE, 2005).

Nas décadas que se seguiram, ascendeu no Brasil a Ditadura Militar (1964 – 1985) que propôs a idealização de um “Brasil Potência”. Nesse contexto, percebeu-se a potencialidade das Relações Públicas de fazer circular informações que poderiam de alguma forma implicar na construção e na venda de uma imagem-conceito (BALDISSERA; SÓLIO, 2005).

Tal fato marcou sobremaneira as Relações Públicas no Brasil. O conceito da profissão no Brasil reflete esse momento inicial de forma por demais

significativa. Por não estar atrelada a uma prática democrática – e às questões políticas, sociais e econômicas daí decorrentes – as Relações Públicas, no seu nascedouro, já não foi utilizada em todo seu potencial; brotam e se disseminam privadas da sua verdadeira eficácia, importância e amplitude. (PINHO, 2008, p. 40)

E em meio a este cenário, no ano de 1967, as Relações Públicas foram regulamentadas, acontecimento considerado precoce por muitos pesquisadores da área cujo entendimento é de que a profissão não era desenvolvida o suficiente à época, impedindo inclusive “o questionamento de sua doutrina e a promoção de estudos para sua adaptação à cultura brasileira” (FRANÇA, 2003, p. 137).

Em 1973, Cândido Teobaldo de Souza Andrade defende a primeira tese de doutorado da área no Brasil. Oito anos mais tarde, em 1981, se estabelece o primeiro sindicato de profissionais de relações públicas, no Rio Grande do Sul. E em 1986, Margarida Kunsch lança a primeira edição do livro “*Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*”, obra referência para a prática da atividade no país até os dias de hoje (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016).

Segundo Machado, Antunes e Monteiro (2007), foi a década de 80 que marcou a evolução teórica das Relações Públicas no Brasil quando a retomada da democracia no país transformou as formas de organização da sociedade. Essa transformação foi perceptível também na comunicação na prática e na produção acadêmica. Antes tida como uma atividade isolada e compartimentada, em uma abordagem instrumental, a Comunicação passou a ser vista como processo numa abordagem integrada e estratégica, de compreensão da sociedade.

No campo científico, uma importante contribuição foi o surgimento da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), em 2006. Sob a liderança de Margarida M. Krohling Kunsch, a entidade foi criada por um grupo de pesquisadores brasileiros que atuam em universidades e no ambiente de comunicação corporativa. (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 157).

Os autores Nassar, Farias e Oliveira (2016) ainda destacam que nas décadas de 2000 e 2010 a comunicação organizacional tem crescido e ganhado prestígio dentro das corporações, mas ainda não ocupam a posição que lhe cabe, visto que é a área responsável pela “gestão estratégica dos relacionamentos com os colaboradores, a comunidade, o governo, a imprensa e a sociedade civil organizada” (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 158).

O contexto de uma sociedade em que o conhecimento é uma das faces do capital (NASSAR, 2007) aponta para novos tempos que se aproximam da valorização das Relações Públicas e do profissional de Relações Públicas sob a perspectiva de uma comunicação integrada, estratégica e global. De acordo com Kunsch (2006), o futuro é incerto, mas o presente nos dá a previsão da necessidade de um profissional tão complexo quanto o que as sociedades têm se tornado, pois só este seria capaz de conectar pessoas, empresas e interesses, conforme capítulo a seguir.

3. AS RELAÇÕES PÚBLICAS CONTEMPORÂNEAS

Vivemos uma época em que as mudanças são constantes. Cada dia mais, nos tornamos uma sociedade complexa por conta, principalmente, das inovações tecnológicas. Essas inovações potencializam os processos expressivos dos indivíduos nos mais variados ambientes, produzindo disputas pelos melhores espaços de visibilidade dentro das novas formas de comunicar (BALDISSERA, 2014).

A tecnologia nos agracia todos os dias com novas maneiras de expressar nossas opiniões e nos dá a possibilidade de, com apenas um post, difundir uma ideia sob uma nova perspectiva e suscitar uma discussão capaz de mobilizar cidades e países inteiros (VIEIRA, 2013). Vemos isso em mobilizações sociais como a Primavera Árabe, a Revolução no Egito em 2011 que exigiram eleições democráticas e a queda do ditador Hosni Mubarak, e os protestos de 2013 no Brasil em relação ao aumento da tarifa do transporte coletivo (DA SILVA; BRIGNOL, 2013).

Os novos modos de pensar, as novas formas em que a sociedade se estrutura, devem ser acompanhadas pelas organizações. No cenário globalizado, no qual o indivíduo comum tem fácil acesso ao lugar de fala, comprovamos a importância do Relações-Públicas, pois a ele cabe a “função de uma auditoria social. Isto é [...] avaliar as reações da opinião pública para traçar as estratégias de comunicação” (KUNSCH, 1997, p. 141).

A facilidade que se tem hoje em se posicionar sobre — e, muitas vezes, contra — um produto, uma empresa ou um serviço fez com as organizações se preocupassem mais com a construção e a preservação de relações sociais estáveis e que ajudem a desenvolver uma imagem positiva da organização na esfera pública (ROMANI et al., 2015).

Nassar (2010) destaca que a globalização representou, no ambiente corporativo global, uma valorização da profissão no sentido de existir, no ambiente organizacional, um profissional tal qual é o Relações Públicas; flexível, observador, sensível, empático e estrategista. Seguindo o mesmo raciocínio, ainda em 1987, Canfield afirmou o seguinte:

O problema de conciliar as atitudes, o temperamento e os pontos de vista das pessoas é um dos mais delicados, difíceis e importantes com que se defronta a espécie humana [...]. Para melhorar as relações comerciais, sociais e

profissionais, constituiu-se [...] uma atividade especializada conhecida como 'Relações Públicas' (CANFIELD, 1987, p. 3).

Contudo, para que esta atividade seja realizada de maneira efetiva e esperada, as RP recaem sobre uma interdisciplinaridade que é tida, por alguns autores, como o fator que motiva a incerteza no que diz respeito às funções e a legitimidade da profissão (MATTOS, 2008). Kunsch (1997), por exemplo, demonstra a importância das Relações Públicas e do seu caráter multifacetado quando afirma que a complexidade dos fatos do mundo contemporâneo ratifica a necessidade da realização de projetos integrados à outras áreas, e não isolados delas, para vencer os desafios postos à toda sociedade.

É nesse ambiente de compreensão social, de acordo com Nassar (2007), que as Relações Públicas têm ascendido como gestora das habilidades humanas. Por agregar elementos de tantas áreas e campos de conhecimento, as RP podem falar com certeza o porquê e como as organizações, massas, indivíduos e instituições agem e reagem, sendo esse o diferencial que a mantém separada de todas as outras áreas mesmo abrangendo-as.

Em contrapartida, Scroferneker (2005) explica o seguinte:

As perspectivas desenvolvidas pelos autores [...] reafirmam e consolidam o objeto das relações públicas: organizações-públicas, mas também evidenciam que a área ainda encontra-se em uma 'encruzilhada' conceitual (SCROFERNEKER, 2005, p. 45).

Nesse sentido, Mattos (2008) ressalta que esta encruzilhada conceitual advinda da natureza interdisciplinar das Relações Públicas é um dos maiores desafios do campo atualmente. Ao mesmo tempo que contribui para a ampla compreensão dos processos comunicativos da sociedade, dificulta a evolução da Comunicação como área do conhecimento autônoma, sendo inclusive uma profissão frequentemente confundida com áreas correlatas já bem estabelecidas no campo científico e profissional, mas que não deixam de ser necessárias para a nossa atividade profissional. Esse é o caso, por exemplo, das confusões entre Relações Públicas e Marketing, Relações Públicas e Administração, entre outras (MACHADO NETO, 2016).

Fato é que tal natureza configura uma confusão epistemológica que, por sua vez, caracteriza a confusão conceitual que vive o campo. Dantas (2016) afirma com respaldo de outros teóricos, que não há consenso entre os autores no que diz respeito às Relações Públicas e uma das justificativas para isso talvez seja justamente a polissemia do termo, já que Relações Públicas pode ser entendida como atividade, área acadêmica, cargo, profissão, um(a) profissional, e prática humana. Por isso, é possível encontrarmos centenas de diferentes definições para o termo, como veremos a seguir.

3.1. DEFINIÇÕES E ABORDAGENS

Embora, segundo França (2003), não se possa estabelecer períodos estruturados da evolução e formação do conceito no Brasil, é possível identificar, a partir da obra de Teobaldo de Andrade, considerado o pioneiro da pesquisa em Relações Públicas no Brasil, uma miscelânea de posicionamentos, que podem ser classificados em diferentes linhas paradigmáticas, como a tradicional (ANDRADE, 1975), marxista (PERUZZO, 1986), política (SIMÕES, 1995) e a de relacionamentos (KUNSCH; FRANÇA, 2002).

França (2003) ainda menciona que o desejo de formar uma visão universal das RP o orientou a formular um estudo sobre os diferentes públicos da organização. Sobre este estudo, ele afirma:

[...] o que constitui a essência da atividade de relações públicas são os relacionamentos estratégicos com públicos específicos e [...] somente a partir deles é que se estabelecem as diferentes modalidades do exercício profissional ou da parte operacional da atividade (FRANÇA, 2003, p. 150).

Nesse sentido, Margarida Kunsch (1986) traz um grande arcabouço teórico e conceitual de comunicação integrada, para auxiliar o exercício profissional da atividade, em que ressalta a condução da comunicação de forma estratégica e interligada à outras áreas da organização. Sobre o conceito de comunicação integrada, a pesquisadora portuguesa, Anabela Ferreira Félix Mateus, escreve:

O conceito de comunicação integrada apresenta-se como o conjunto das várias áreas de Comunicação da organização – externa, interna, institucional

– que agindo em conformidade segundo um plano e estratégia globais, se complementam nas suas diversidades e especificidades, obtendo-se um efeito sinérgico, que se revela no todo da CO [Comunicação Organizacional]. (MATEUS *apud.* MATEUS, 2014).

A autora destaca que na década de 80, vários estudiosos se valem das teorias de Comunicação para legitimar as Relações Públicas, mas alerta que, por ser uma atividade estratégica, as suas raízes “se encontram mais diretamente nas primeiras teorias organizacionais e de gestão, nas teorias das relações humanas e na retórica tradicional” (MATEUS, 2014, p.90).

Mateus (2014) ainda apresenta três estágios de evolução da CO, enquanto disciplina acadêmica intrinsecamente ligada às RP: o *tradicional* (1900-1970) em que estuda-se a relação da comunicação com a eficiência da organização; o *interpretativo* (1970-1980), em que a organização é compreendida como cultura e o foco é no comportamento organizacional; e o terceiro estágio, marcado pela *teoria crítica e pelo pós-modernismo*, em que a comunicação é vista como instrumento de dominação e o foco é nas relações de poder da sociedade.

Entretanto, Botan e Taylor (2010), apresentam duas distintas perspectivas: a funcional e a co-criacional. A perspectiva funcional marca os primeiros anos do campo e “enxerga os públicos e a comunicação como ferramentas ou meios para atingir fins organizacionais. O foco é geralmente em técnicas e produção de mensagens organizacionais estratégicas” (BOTAN; TAYLOR, 2010, p. 651, tradução nossa).⁷ Já a perspectiva co-criacional

enxerga os públicos como co-criadores de significado e a comunicação como algo que possibilita a concordância em significados compartilhados, interpretações e objetivos, focando nas relações entre os públicos e as organizações. A perspectiva co-criacional impõe ainda um valor implícito nessas relações que tendem a ir além de objetivos organizacionais. (BOTAN; TAYLOR, 2010, p. 652, tradução nossa)⁸.

Ir além de objetivos organizacionais é o que faz das Relações Públicas uma profissão completa. Ao revisitar a comunicação interpessoal, os pesquisadores da

⁷ No original: *sees publics and communication as tools or means to achieve organizational ends. The focus is generally on techniques and production of strategic organizational messages.*

⁸ No original: *The cocreational perspective sees publics as cocreators of meaning and communication as what makes it possible to agree to shared meanings, interpretations and goals. [...] focuses on relationships among publics and organizations. The cocreational perspective places an implicit value on relationships going beyond the achievement of an organizational goal.*

área obtiveram uma melhor compreensão da construção dos relacionamentos e, conseqüentemente, da construção de confiança que deve permear toda relação entre a organização e seus públicos (BOTAN; TAYLOR, 2010).

Importante destacar que cada uma das perspectivas que conceituam as Relações Públicas, levam em consideração o surgimento da profissão em um determinado contexto, cultura e com determinado objetivo, pois como afirma França (2003), as RP sendo “polissêmicas em suas manifestações, [...] fazem com que cada interlocutor as veja na medida de sua percepção” e a percepção está, em essência, ligada ao lugar de fala do pesquisador, o período histórico, sua nacionalidade etc.

Desde sua concepção formal no início do século XX nos Estados Unidos, as RP já colecionam mais de 900 definições distintas com variadas abordagens (acadêmica, profissional e epistemológica) a partir de inúmeras perspectivas (ANDRADE, 2005, p.29). Contudo, essas definições parecem falhar repetidamente em oferecer uma conceituação que satisfaça completamente os estudiosos da área, por não serem suficientemente abrangente, mas ao mesmo tempo objetivas, no que diz respeito à sua delimitação, suas características e independência (ANDRADE, 2005).

Abaixo seguem algumas definições de Relações Públicas dadas por diversos estudiosos da área:

QUADRO 1 – AS DEFINIÇÕES PARA “RELAÇÕES PÚBLICAS”

Autor	Definição	Ano	País
W. Emerson Reck	“A soma total de todas as impressões produzidas por uma instituição e pelas várias pessoas ligadas a ela”.	1946	EUA
Rex F. Harlow & Marvin M. Black	“Uma arte ou ciência que lida com o difícil problema de como uma pessoa ou instituição pode conviver com outras pessoas ou instituições”.	1947	EUA
Glenn & Denny Griswold	“Relações Públicas são uma função administrativa por meio da qual se avaliam as atitudes públicas, se identificam as diretrizes e os procedimentos de um indivíduo ou de uma organização com o interesse público e se executa um programa de ação com o objetivo de angariar a compreensão e a aceitação públicas em favor daquele indivíduo ou daquela organização.”	1947	EUA
Verne Burnett	“Muito simplesmente significam angariar simpatias de pessoas para aquilo que você é, diz ou faz”.	1947	EUA
Herbert M. Baus	“São o que o nome diz: relações com o público	1948	EUA

	em geral ou com determinados públicos”.		
Lulé Dejardin	“São aquilo que uma organização, pública ou privada, faz e diz, tendo em vista ficar conhecida e apreciada pelo público”.	1949	FRANÇA
Louis Salleron	“O conjunto de meios utilizados pelas empresas para criar um clima de confiança junto ao seu pessoal, junto aos grupos com os quais se acham ligadas e comumente junto ao público em geral”.	1951	FRANÇA
William A. Nielander & Raymond W. Miller	“São uma arte aplicada. Inclui todas as atividades e processos operacionais que permanentemente objetivam 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.”	1951	EUA
Edward Bernays	“Objetiva, por meio da informação, da persuasão e do ajustamento, edificar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição.”	1952	EUA
Scott Cutlip & Allen Center	“É a comunicação e a interpretação de informações, ideias e opiniões do público para a instituição num esforço sincero para estabelecer reciprocidade de interesses e assim proceder ao ajustamento harmonioso da instituição em sua comunidade”.	1952	EUA
Eric Carlson	“A função administrativa que facilita a comunicação e a interpretação da empresa junto aos seus públicos e a comunicação das ideias e opiniões desses públicos junto à empresa, resultando daí um programa de ação capaz de contar com a compreensão, a aceitação e o apoio públicos”.	1953	EUA
Benedicto Silva	“É o procedimento mediante o qual determinada empresa procura deliberadamente criar em seu favor um crédito de confiança e estima na respectiva clientela”.	1954	BRASIL
Paul Garret	“São todas as coisas que você faz para ganhar amigos para a companhia, com a esperança de convertê-los em consumidores dos seus produtos”. “São uma atitude fundamental do espírito, uma filosofia da administração que, deliberadamente e com um “egoísmo esclarecido”, considera antes de mais nada o interesse público em cada decisão que afeta as operações da instituição”.	1958	EUA
Harwood L. Childs	“Relações Públicas são as relações de um indivíduo ou de uma instituição que são públicas e têm relevância social”.	1958	EUA
J. Pinto Machado	“O conjunto de técnicas utilizadas dinamicamente por uma empresa ou entidade através de pesquisa, informação e divulgação, visando a criar ou manter, interna e externamente, um estado de espírito funcional de boa vontade e compreensão, capaz de influenciar favoravelmente o desenvolvimento de seu plano de atividades”.	1958	BRASIL
José Roberto Whitaker	“O conjunto de atividades que tem por fim	1958	BRASIL

Penteado	conseguir e manter em determinado público um clima de receptividade para uma pessoa, ideia, produto, etc.”		
Henri Verdier	“O conjunto de teorias e técnicas utilizadas para ajustar as relações de um ser (indivíduo, grupo ou empresa) com seus semelhantes”.	1959	FRANÇA
Walter Ramos Poyares	“O método de integrar na opinião pública conceitos favoráveis relativos a uma pessoa ou instituição”.	1960	BRASIL
Eugene Holman	“Relações Públicas são a humanização das relações no campo dos negócios, consistindo num esforço para compreender a consciência e a sensibilidade do homem, em busca do interesse e da compreensão do público para os problemas de um cidadão, de um grupo ou de uma empresa”.	1960	EUA
J. C. Seidel	“O processo permanente pelo qual a administração procura obter a boa vontade e a compreensão de seus clientes, seus auxiliares e do público em geral, desenvolvendo uma ação externa de esclarecimento, usando para isso de todos os meios de comunicação”.	1960	EUA
Instituto Britânico de Relações Públicas	“O esforço deliberado, planejado e permanente para estabelecer e manter mútua compreensão entre uma organização e seu público”.	1960	REINO UNIDO
Associação Brasileira de Relações Públicas	“São 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.”	1968	BRASIL
Cândido Teobaldo de Souza Andrade	“Consiste na execução de uma política e um programa de ação que objetivam conseguir a confiança para as empresas, públicas ou privadas, de seus públicos, de molde a harmonizar os interesses em conflito”.	1975	BRASIL
Assembleia Mundial de Associações de Relações Públicas	“Ação planejada, com apoio da pesquisa, comunicação sistemática e participação programada, para elevar o nível de entendimento, solidariedade e colaboração entre uma entidade, pública ou privada, e seus grupos sociais a ela ligados, para promover seu desenvolvimento recíproco e da comunidade a que pertencem”.	1978	MÉXICO
James Grunig e Todd Hunt	“É a função de gerenciamento que ajuda a estabelecer e manter canais mútuos de comunicação, a aceitação e cooperação entre as organizações e seus públicos; que envolve a administração de crises ou controvérsias; que auxilia a administração a manter-se informada e a responder à opinião pública; que define e enfatiza a responsabilidade da administração em servir o interesse público; que ajuda a gerência a manter o passo com as mudanças e a utilizá-las efetivamente, funcionando como um sistema preventivo que permite antecipar tendências”.	1984	EUA
Cicilia M. Krohling	“Visam potencializar a força de trabalho a gerar	1986	BRASIL

Peruzzo	maior excedente e (...) assegurar a reprodução das relações sociais de produção existentes, interferindo para que interesses de públicos sejam satisfeitos, desviando a atenção da luta de classes, camuflando conflitos de classe e tentando criar identidade entre interesse público e interesse privado através da educação das sociedades em torno dos interesses da classe dominante”.		
Larry Long e Vincent Hazleton Jr.	“Relações Públicas é uma função de gerenciamento da comunicação, por meio da qual organizações adaptam, modificam ou mantêm seus ambientes com vistas a alcançar os objetivos organizacionais”.	1987	EUA
Philip Lesly <i>apud</i> . NASSAR, 2007	“A ciência e arte de compreender, de ajustar e influenciar o clima humano”.	1991	EUA
Raymond Simon	“Função administrativa que avalia as atitudes do público, identifica as políticas e os procedimentos de uma organização com o interesse público e executa um programa de ação e comunicação para obter a compreensão e aceitação do público”.	1994	EUA
Roberto Porto Simões	“É a gestão da função política da organização. Como ciência, relações públicas abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos. Como atividade, relações públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocado através do processo de comunicação da organização com seus públicos”.	1995	BRASIL
João Alberto Ianhez	“É a comunicação na administração, no que diz respeito à sua visão institucional. Ela apoia, orienta e assessora todas as áreas da organização no tocante à forma mais adequada de conduzir suas relações com o público”.	1997	BRASIL
José e Mário Cabrero	“Arte aplicada a uma ciência social cujo objetivo e principal preocupação é satisfazer o interesse público da sociedade, mas também do empresariado privado, obtendo benefício para ambas as partes, simultaneamente”.	2001	PORTUGAL
Margarida Kunsch e Fábio França	“Atividade estratégica de relacionamento com públicos específicos”.	2002	BRASIL
Waldyr Gutierrez Fortes	“Às Relações Públicas está reservado o trabalho de conhecer e analisar os componentes do cenário estratégico de atuação das empresas, com a finalidade de conciliar diversos interesses”.	2002	BRASIL
Rudimar Baldissera	“Filosofia de relacionamento, isto é, trata-se da concepção/postura/atitude, atualizada no nível dos pressupostos básicos, que norteia a missão da entidade como sistema interdependente do em torno eco-sócio-cultural com o qual estabelece relação dialógica, recursiva e hologramática”.	2005	BRASIL
Marlene Marchiori	“Consiste na criação de processos de gestão dos relacionamentos que promovam a evolução da empresa na ótica da sua cultura organizacional”.	2006	BRASIL

FONTE: Adaptado de Andrade (2005).

Como bem pontua James E. Grunig (2003, p. 69-70), “Relações Públicas é uma profissão complexa (...) que tem se definido muito mais pelas suas técnicas do que por sua teoria”. É o que o quadro acima nos mostra. Ao analisá-lo é possível encontrar em todas as definições ideias muito semelhantes às que Nassar (2010) sugere como habilidades dos profissionais de relações públicas e que apontam para a necessidade de uma formação interdisciplinar nas Relações Públicas:

Análise do ambiente organizacional nas dimensões do passado, presente e futuro (tendências) e as necessidades – planejamento, coordenação, ação, controle e aconselhamento – da gestão relacional e comunicacional da empresa ou instituição frente às demandas da sociedade e das redes de públicos, entre eles os empregados, a comunidade, a imprensa, os acionistas, as organizações não-governamentais, os investidores e os governos (NASSAR, 2010, p. 28).

Tais atividades exigem dos profissionais que exercem as Relações Públicas, uma ampla formação acadêmica para atuar estrategicamente na liderança de equipes multidisciplinares das mais diversas áreas do mercado (NASSAR, 2010). Ora, como conhecer o público da sua organização sem saber o que é público? França (2012) lembra que os próprios manuais de relações públicas recorrem a conceitos sociológicos de público, que por sua vez evidenciam os elementos psicológicos da composição deste conceito, revelando a interface da Sociologia e da Psicologia presente nos estudos de Relações Públicas.

Da mesma forma, outras áreas do conhecimento como Administração, História, Antropologia e Ciências Políticas, emprestam às Relações Públicas conceitos, termos e noções que, em um esforço interdisciplinar, servem para aumentar o entendimento sobre determinado assunto e desenvolver teorias na tentativa de resolver problemas (L'ETANG, 2008), conforme apresentamos na seção a seguir.

3.2. A QUESTÃO DA INTERDISCIPLINARIDADE

As Relações Públicas aparecem na história desde os primórdios da humanidade e nos mais diversos cenários e campos do conhecimento, em enredos políticos, religiosos, econômicos, jurídicos, militares e nas práticas comerciais

cotidianas (NASSAR, 2007), sendo possível encontrar conexões das RP com diversas áreas do conhecimento, como o Direito, a Filosofia, a Economia, Ciência Política, entre outros.

O autor lembra que foi na década de 20 que as Relações Públicas começaram a caminhar sentido a um corpus teórico vinculado a outras áreas do conhecimento, caso da Psicologia. Percebe-se influência da Psicologia e Psicanálise nos pensamentos de Edward Bernays (2015), resultado, em parte, da sua convivência com Sigmund Freud, fundador da psicanálise e tio de Bernays.

O que se constitui naquele momento, em nossa opinião, é uma expansão da área de relações públicas, na medida em que esta incorpora os conhecimentos de outras ciências humanas, com o objetivo de analisar e compreender aspectos importantes do relacionamento dos públicos com as organizações e os seus dirigentes. (NASSAR, 2007, p. 47)

Na área de administração de empresas, as críticas ao modelo taylorista, do início do século XX, suscitaram a criação de condições favoráveis a um modelo regido pelas relações humanas o qual traria um alinhamento com as práticas das relações públicas. A mensagem que o receptor emite passa a também ser levada em consideração, na busca de uma administração mais humanizada, caso da teoria das Relações Humanas e da Teoria Comportamental, por exemplo (CHIAVENATO, 2016; MACHADO NETO, 2016).

Philip Lesly destaca a importância de haver uma disciplina que agregue no processo decisório elementos da psicologia, economia e outros fatores, sendo “a única [...] que vai ao âmago do porquê e do como as massas agem e reagem ao seu meio ambiente social e fornece os meios de como direcionar essas ações” (apud NASSAR, 2007, p. 55). Da mesma forma, Andrade (2005, p. 30) ressalta que “ademais, Relações Públicas são também filosofia e método, em busca do aperfeiçoamento da interação social”.

Rosa e Ashton (2008) destacam as características que aproximam as Relações Públicas do Turismo em um trabalho que se propõe a investigar as relações existentes entre as duas áreas. O objeto, os instrumentos e os públicos de cada área revelam a principal interface entre ambas. Enquanto nas RP são considerados os diversos públicos da organização, divididos em interno, externo e misto, no caso do Turismo, a sociedade em geral, também é classificada em três tipos de públicos: “o público interno de um país que pode converter-se no Turismo nacional; o público do

país que de alguma maneira esteja ligado com o Turismo e sua vinculação; o público externo em nível de exterior” (ROSA; ASHTON, 2008, p. 444).

A contribuição do Turismo para o desenvolvimento socioeconômico e histórico-cultural do mundo indica o caráter de fenômeno social, através do qual, o Turismo pode ser enxergado. Um fenômeno que pressupõe interação social e gera evolução social, bem como pautam-se as Relações Públicas. Desse modo, o próprio Turismo, em seu conceito mais abrangente e completo, pode ser considerado por si só uma atividade de Relações Públicas, a nível global. E as Relações Públicas, por sua vez, abarcam atividades turísticas uma vez têm seu desempenho diretamente ligado com a cultura, a religião e a tradição de um povo ou nação, perpassando pelos fundamentos do Turismo que conforme De La Torre (1997 *apud* ROSA; ASHTON, 2008) promove inúmeras inter-relações sociais que valorizam as abordagens intrínsecas ao verbal e não-verbal.

Todo esse arcabouço teórico oriundo de outras áreas nas quais se enraíza as Relações Públicas torna mais difícil o endossamento das RP como uma disciplina pura. Mas, nesse sentido, L'Etang (2008, p. 5, tradução nossa) ressalta que “disciplinas como psicologia e sociologia começaram da mesma forma, emprestando conceitos de outras áreas para construir novas disciplinas”⁹.

A colaboração entre disciplinas diversas ou entre setores heterogêneos de uma mesma ciência conduz a interações propriamente ditas, isto é, a certa reciprocidade nas trocas, de forma tal que ocorra um total enriquecimento mútuo. (PIAGET, *apud*. DOLLE, 2015, p. 29)

No entanto, é importante deixar claro que a interdisciplinaridade pressupõe “a interação entre duas ou mais disciplinas [...] tendo cada uma conceitos, métodos, dados e temas próprios” (BERGER *apud* POMBO, 1994, p. 2). Isto é, uma disciplina não se vale da mera aplicação dos métodos de um outro campo, mas sim constitui a conexão entre duas áreas do conhecimento buscando por relações entre estruturas que se complementam e originam efeitos múltiplos. Essa conexão, segundo Japiassu e Marcondes (1991, p. 150) vai “da simples comunicação das ideias até a integração mútua dos conceitos, da epistemologia, da terminologia, da metodologia, dos procedimentos, dos dados e da organização da pesquisa”.

⁹ Original: subjects such as psychology and sociology started in the same way, borrowing concepts from other areas to build new disciplines.

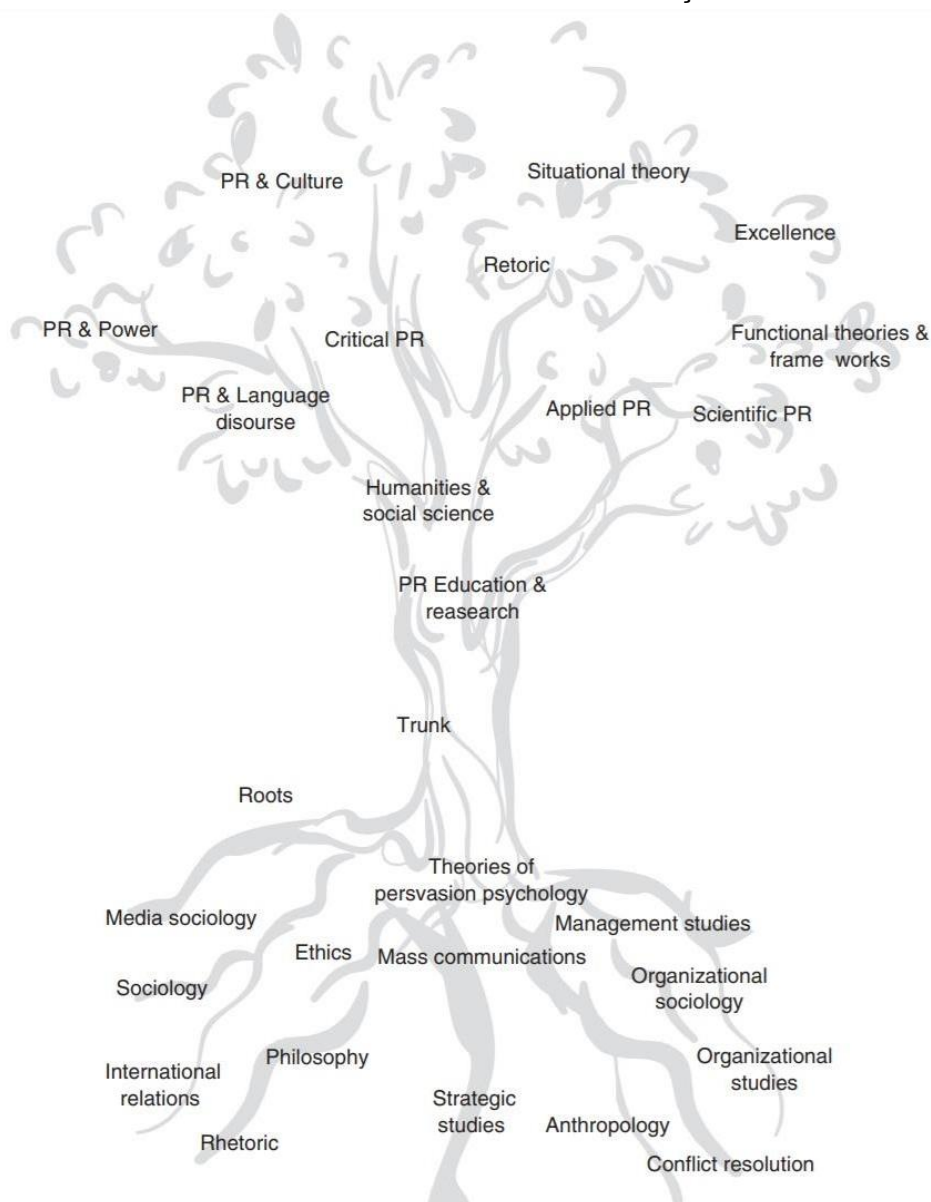
Mesmo com a dificuldade que a interdisciplinaridade impõe sobre as Relações Públicas, L'Etang enfatiza a importância do pensamento interdisciplinar para a área:

No trabalho interdisciplinar, conceitos são emprestados e compartilhados entre disciplinas correlatas para expandir conhecimento e desenvolver teorias. Disciplinas podem ser vistas como famílias que possuem uma mesma herança genética. O trabalho interdisciplinar se fundamenta em várias raízes, por exemplo, Relações Públicas se baseia em métodos e conceitos da psicologia (persuasão), conceitos éticos (da filosofia moral), e conceitos sociológicos (poder e gênero). É também possível relacionarmos disciplinas mais distantes (turismo, estudo religioso, esportes) numa forma criativa de expor novos pontos de vistas para todos os lados. O pensamento interdisciplinar se alicerça em uma ampla variedade de temas para tentar entender um problema. É essencial ao ensino e aos profissionais das Relações Públicas, os quais necessitam engajar-se com pessoas, perspectivas e relações com múltiplos interesses (L'ETANG, 2008, p. 6, tradução nossa).¹⁰

A autora propõe ainda uma espécie de árvore genealógica da profissão, conforme mostra a Figura 1.

¹⁰ Original: In inter-disciplinary work, concepts are borrowed and shared between related disciplines to broaden understanding and to develop theory. Disciplines may be seen as families sharing gene pools. Inter-disciplinary work draws on a mixture of sources, for example, PR has drawn on psychological concepts (persuasion) and methods, ethical concepts (from moral philosophy), and sociological concepts (power and gender). It is also possible to draw together different disciplines (tourism, religious studies, sports studies) in a creative way to bring about new understandings on all sides. Inter-disciplinary thinking draws upon a wide range of subjects to try and understand a problem. It is central to public relations education and to its practitioners who need to engage with multiple interested parties, perspectives and relationships.

FIGURA 1 - A ÁRVORE GENEALÓGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS.



FONTE: L'Etang (2008).

É possível encontrar nas raízes da profissão (Figura 1) áreas já mencionadas como antropologia e filosofia, mas também disciplinas como retórica, estudos de estratégia e relações internacionais. Ao passar dos anos, as Relações Públicas se expandiram para a demonstração das interações entre RP e cultura, RP e poder, RP e linguagem.

Atualmente, disciplinas mencionadas acima fazem parte do ensino das Relações Públicas, em distintas Universidades e Faculdades no Brasil, que têm na grade curricular do curso disciplinas como Antropologia, Sociologia, Filosofia, Administração e Ética, por exemplo. Isso manifesta a importância de se atentar para a relevância de fatores como a diversidade cultural na identificação de coletividades,

potencialidades e contextos psicossociais, o que como já dito anteriormente, influi diretamente na nossa atividade, uma vez que para atender os públicos, precisamos entender cada um deles.

Kunsch (2015) apresenta as novas Diretrizes Curriculares para os Cursos de Graduação de Relações Públicas no Brasil evidenciando a necessidade de uma formação abrangente que envolva bases conceituais interdisciplinares:

Essas diretrizes foram elaboradas por uma comissão de especialistas em 2010 e aprovadas e homologadas pelo Ministério de Educação em 2013. Trata-se de uma iniciativa inovadora à medida que enfatiza a necessidade de uma formação universitária abrangente e que contemple uma visão integradora com os estudos e as práticas da comunicação nas organizações, envolvendo bases conceituais interdisciplinares e específicas (KUNSCH, 2015, p. 111).

Abordado na obra de Simões, o ensino de Relações Públicas na Universidade deve ser levado em consideração quando se busca compreender as interfaces da profissão. Como expõe Mattos (2008), a porta de entrada das Relações Públicas como área de ensino no Brasil se deu no curso de Administração e apenas em 1970, o estudo foi transferido para a Comunicação. Segundo a autora, este é um fator que merece ser amplamente discutido na revisão de literatura da área, visto que “os estudos da Comunicação são marcados, desde o início até hoje, pela interdisciplinaridade com as diversas áreas de conhecimento” (p. 26).

A multiplicidade de tarefas e funções atribuídas ao profissional de Relações Públicas, possivelmente originária da gama de disciplinas que constituem o *sine qua non*¹¹ da atividade, também é apontada por alguns autores como um dos motivos da falta de reconhecimento do campo:

Como ocorre com qualquer área profissional, a clara definição do campo é fundamental para seu pleno desenvolvimento e, principalmente, reconhecimento. Conforme Ferrari (2003, p.10) é preciso definir a área de forma clara e concisa, além de desenvolver “pesquisas que permitam identificar as suas diferenças locais e, então, estruturar um programa de divulgação, de forma a possibilitar à sociedade uma compreensão adequada de seu conceito”. Simões (2001, p. 29) ressalta que essa indefinição pode ser percebida também no meio acadêmico: “Professores e alunos defrontam-se com dificuldade no que diz respeito ao que estão explicando e ao que deveriam estar compreendendo sobre esta tal ‘Relações Públicas’”. (DIAS; RODRIGUES, 2012, p. 6).

¹¹ Expressão do latim que se refere a uma condição indispensável. “Sem a qual não pode ser”.

Contudo, Dias e Rodrigues (2012) também apresentam dados divulgados pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial — ABERJE — que demonstra a abertura do mercado para as Relações Públicas e um crescimento esperado desse mercado de 15% ao ano. Já em maio de 2019, o portal Meio & Mensagem publicou¹² uma notícia em que compartilha dados do The Holmes Report, o qual apontou em relatório um crescimento de 5% da indústria global de Relações Públicas com base na análise dos dados financeiros de 250 empresas de RP, mundo afora.

Embora existam esforços por parte dos teóricos da área para construir um caminho rumo a valorização do profissional e do campo acadêmico de RP, ainda há muito discursos contraditórios. Devemos, no entanto, levar em consideração a juventude da área que, diferentemente de disciplinas estabelecidas há séculos, teve seus avanços teóricos mais significativos há menos de 50 anos e em diferentes áreas do conhecimento com as mais diversas acepções do termo.

Por exemplo, Pasadeos e Renfro (1992) mostraram em seu estudo que foi só entre as décadas de 1970 e 1990 que houve um aumento significativo no número autores que contribuíram para a literatura da área. Em comparação com os anos 1990, a década de 2000 representou um grande número de novas perspectivas e novos tópicos para a pesquisa acadêmica nas Relações Públicas, especialmente em estudos internacionais, novas tecnologias, comunicação de crise, estudo de gênero e desenvolvimento da teoria (PASADEOS; BERGER; RENFRO, 2010). Já de 2010 a 2019, o estudo de Ki, Pasadeos e Ertem-Eray (2019) demonstrou que os tópicos mais pesquisados foram teoria da excelência, gestão de relacionamentos e comunicação de crise.

Através das análises, 4 áreas principais — comunicação de crise, gestão de relacionamento, novas tecnologias e comunicação dialógica — estiveram no centro do conhecimento em Relações Públicas, e a teoria da excelência continuou a ser influente (KI; PASADEOS; ERTEM-ERAY, 2019, p. 22).¹³

¹² Meio e Mensagem. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br>> Acesso em: 21 out. 2019.

¹³ Original: Across the analyses, four main areas—crisis communication, relationship management, new technologies, and dialogic communication—were at the center of the public relations scholarship, and excellence theory continued to be influential.

Amparados nessa reflexão conceitual a respeito dos desdobramentos e intersecções das Relações Públicas com outras áreas, apresenta-se na seção seguinte a metodologia utilizada para a realização desta pesquisa.

4. METODOLOGIA

Apesar de que as tentativas de mapear campos do conhecimento possam ser inócuas, já que estes não são estáticos, ainda vale a pena esse esforço. Pois como afirma Varadajan (2010), quaisquer tentativas de estabelecer limites a um campo de conhecimento auxiliam na compreensão da área, havendo, porém, sempre a necessidade de revisitar o tema dada a natureza evolutiva de qualquer campo. Esse é o caso desta pesquisa, na qual avançamos em relação ao estudo de de Ki, Pasadeos e Ertem-Eray (2019) conforme descrito a seguir.

Então, definimos como objetivo geral deste trabalho compreender o desenvolvimento das Relações Públicas sob a ótica de sua interdisciplinaridade. Para cumprir com esse objetivo, delimitamos como objetivos específicos: (1) avaliar a evolução das Relações Públicas por meio da revisão da literatura disponível na área; (2) compreender as interfaces das Relações Públicas com outras áreas do conhecimento; (3) evidenciar a natureza interdisciplinar da profissão; (4) apresentar o estado do conhecimento das Relações Públicas para proporcionar a possibilidade de solucionar pontos confusos dentro da mesma e contribuir para o campo no sentido de debater os desafios da profissão; e (5) alcançar uma definição a partir de uma construção conjunta, sempre em aprimoramento que, mesmo não sendo unânime, auxilie a sociedade a compreender como atua um Relações Públicas.

Dito isso, optou-se pela aplicação de análises bibliométricas como estratégia metodológica. Trata-se de uma técnica quantitativa e estatística que permite medir índices de produção e disseminação do conhecimento e acompanhar o desenvolvimento de diversas áreas científicas, formando posteriormente imagens gráficas que descrevem a estrutura do campo pesquisado (ZUPIC; ČATER, 2015).

Existem muitas vantagens na aplicação de métodos bibliométricos para a análise da literatura de determinada área. Em primeiro lugar, eles auxiliam na revisão bibliográfica, antes mesmo de iniciá-la, pois possibilitam encontrar de forma mais direta os trabalhos mais influentes naquela área de pesquisa. Além disso, estes métodos proporcionam rigor quantitativo na análise subjetiva da literatura, tornando o trabalho mais fundamentado e assertivo (ZUPIC; ČATER, 2015, p. 430-431).

Em seu artigo sobre métodos bibliométricos, Zupic e Čater (2015) apresentam um fluxo de desenvolvimento do estudo com os seguintes passos:

- (i) Projeto de pesquisa;
- (ii) Compilação dos dados bibliométricos;
- (iii) Análise;
- (iv) Visualização;
- (v) Interpretação.

Na fase (i) deve-se definir a pergunta que o trabalho pretende responder. No caso deste trabalho, a questão norteadora foi: *Como se caracteriza a produção científica no campo das Relações Públicas?* Os autores ainda apresentam em seu artigo, métodos diversos para a realização da análise bibliográfica, cuja escolha deve ser feita também na primeira etapa de desenvolvimento do estudo proposto. Cada método analisa diferentes elementos, com distintas finalidades, como é possível constatar logo abaixo no Quadro 2:

QUADRO 2 – RESUMO DOS MÉTODOS BIBLIOMÉTRICOS

<i>Método</i>	<i>Descrição</i>	<i>Unidade de análise</i>
Citações	Estima a influência de documentos, autores ou periódicos por meio de taxas de citação	Documento, Autor, Periódico
Co-citações	Conecta documentos, autores ou periódicos com base no número de ocorrências conjuntas em listas de referências em um trabalho	Documento, Autor, Periódico
Combinação bibliográfica	Relaciona documentos, autores ou periódicos com base no número de referências compartilhadas para construir conexões entre artigos	Documento, Autor, Periódico
Co-autor	Examina e conecta autores para estabelecer as redes de colaboração em artigos científicos	Autor
Co-ocorrência de palavras	Utiliza palavras-chave que aparecem título ou resumo para estabelecer conexões entre documentos	Palavra e conceito

FONTE: Adaptado de Zupic e Čater (2015).

Diante das descrições dos diferentes métodos, optou-se pela aplicação da Co-ocorrência de palavras nas palavras-chaves e resumos dos documentos e da Co-citação. Acredita-se que o método escolhido proporcionará maior rigor e expressividade na resposta à questão de pesquisa, verificando a intercorrência e manifestação do termo “*Public Relations*” nas mais diversas áreas de conhecimento.

De acordo com Zupic e Čater (2015), a Co-ocorrência de palavras utiliza o real conteúdo dos documentos para análise, tornando-a mais assertiva. Entretanto, as palavras podem ser empregadas em variados contextos, o que modifica seus significados, por isso será necessária a análise das Co-citações que serve para diminuir os diversos contextos em que a acepção do termo “Relações Públicas” pode ter sido aplicada.

Além disso, serão feitas as leituras dos resumos dos artigos mais citados na base de dados utilizada na expectativa de garantir a mesma interpretação na aplicação do termo nos artigos encontrados. A não aplicação dos demais métodos se deu porque acredita-se que estes não contribuirão para responder a questão da pesquisa, pois (A) não serão considerados os níveis de influência dos artigos e sim as áreas de estudo dos mesmos, (B) as publicações analisadas nesta pesquisa não possuem um mesmo recorte temporal, (C) não serão consideradas as colaborações entre autores e sim as estruturas de conhecimento do campo de pesquisa (ZUPIC; ČATER, 2015).

Passou-se então à segunda etapa de desenvolvimento do trabalho: compilação dos dados bibliométricos, na qual foram delimitadas as palavras-chave, a base de dados a ser pesquisada e os filtros a serem utilizados. Definiu-se somente pela busca do termo “*public relations*”, para que houvesse a averiguação do termo em sua máxima abrangência, dentro do conteúdo disponibilizado pela base de dados escolhida: Web of Science (WoS)¹⁴.

A escolha da base de dados se deu pela viabilidade de análise, levados em consideração o prazo para a realização desta pesquisa e a quantidade de artigos presentes em cada uma das bases. Scopus apresenta mais de 60 mil artigos, enquanto a WoS apresenta pouco mais de 4 mil, na data da busca (12 mai. 2020), o que tornou a pesquisa mais viável. Além disso, levou-se em consideração o fato de a WoS ser a plataforma mais tradicional em termos de indexação, tendo sido lançada

¹⁴ Disponível em: <<http://login.webofknowledge.com/>>. Acesso em: 12 mai. 2020.

anteriormente à Scopus (VIERA; GOMES; 2009). A fim de compreender o campo como um todo, não foram aplicados filtros quanto ao ano de publicação, área de publicação, país ou língua, conforme indicado no Quadro 3.

QUADRO 3 – CRITÉRIOS DE BUSCA NA BASE WEB OF SCIENCE (12 DE MAIO DE 2020)

Linha de busca	TS=("public relations")
Filtros	Article OR Review
Artigos	4.997
Revisões	131
Total analisado	5.128

FONTE: Elaborado pela autora (2020).

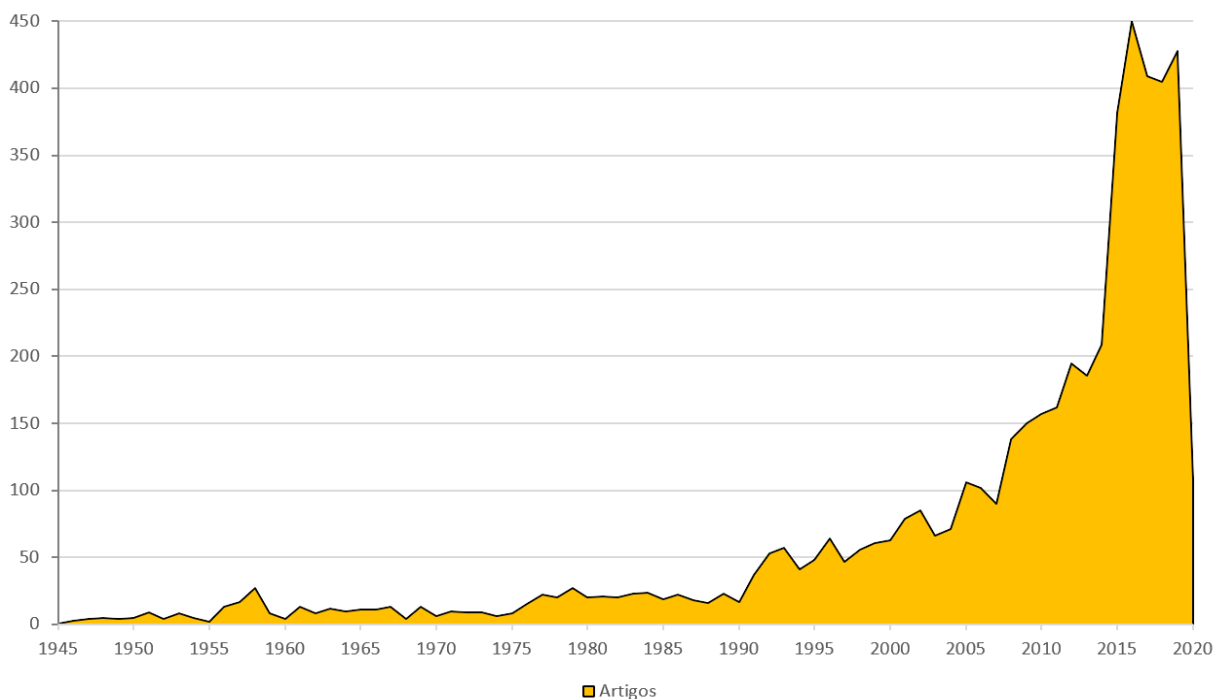
A partir da linha de busca aplicada no buscador avançado da Web of Science foram gerados 6.968 registros (data base: 12 mai. 2020). Foram aplicados filtros para selecionar a classificação da publicação como artigo (Article) ou revisão (Review), chegando a um corpus de 5.128 publicações analisadas quantitativamente. Não foram analisados trabalhos em desenvolvimento (em anais de congressos, por exemplo), editoriais de revistas, livros etc. Por entendermos que artigos em revistas possuem maior rigor nas publicações devido ao sistema de *double-blind review* exigido pelas revistas indexadas na plataforma Web of Science.

Foram coletadas as seguintes informações dos 5.128 trabalhos avaliados: título, autor(es), centro de pesquisa/instituição, país sede da instituição, ano de publicação, palavras-chave, título do periódico, e referências. Definiu-se como software para análises bibliométricas o pacote Bibliometrix (versão 4.0.0.) – ferramenta do software livre R (ARIA; CUCCURULLO, 2017) – para as análises. O uso dessa ferramenta viabilizou o tratamento dos dados para a análise e construção de mapas bibliométricos, os quais proporcionam visualizações gráficas da produção científica em questão, conforme apresentado no capítulo seguinte.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

De forma geral, a produção científica sobre Relações Públicas apresenta uma taxa de crescimento expressiva a partir da década de 1990. Entretanto, como já apontaram Ki, Pasadeos e Eray (2019) foi somente na última década (2010-2020) que o campo de conhecimento das Relações Públicas apresentou grandes saltos em termos quantitativos, conforme mostra o gráfico abaixo (Figura 2). Tal evolução pode ser classificada em quatro estágios (1945-1975; 1976-1990; 1991-2010; 2011-2020).

FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA ANUAL ENTRE 1945 E 2020



FONTE: Adaptado pela autora do pacote Bibliometrix (2020).

O primeiro estágio contempla os artigos publicados entre os anos de 1945 e 1990 com uma média de oito artigos publicados por ano, sendo que em 1958 foi publicado o maior número de artigos, totalizando 27 artigos publicados no mesmo ano. Estudos anteriores (PASADEOS; RENFRO, 1992) apresentam análise apenas a partir do ano 1975, suprimindo a considerável quantidade de publicações em 1958, que só foi vista novamente em 1979.

Cabestré (2004) aponta que em 1958, ocorreram eventos de grande importância para a profissão, como o I Congresso Mundial de Relações Públicas com delegações de 23 países e a criação do Comitê Europeu de Relações Públicas. A

análise também revelou que seis dos 27 artigos publicados em 1958 dizem respeito ao uso das Relações Públicas na construção de uma nova imagem pública de bibliotecas, que estiveram fechadas até pouco antes por conta da Segunda Guerra Mundial, o que demonstra uma tendência da atividade à época.

O segundo estágio compreende os anos entre 1976 e 1990, que representaram uma média quase três vezes maior de artigos publicados do que no estágio anterior, com cerca de 20 artigos publicados anualmente. No total, nos 14 anos desse segundo estágio 307 artigos foram publicados, um número proporcionalmente maior se levarmos em consideração o primeiro estágio analisado, de 30 anos, em que somente 262 artigos foram publicados. Tal fato indica um crescimento rápido na produção científica das Relações Públicas, ainda que linear.

O terceiro estágio dessa evolução é entre 1991 e 2010, em que houve um crescimento gradativo e constante na produção científica das RP, com uma média de 78 artigos publicados a cada ano, ou seja, uma produção praticamente quatro vezes maior do que no segundo estágio. Esse aumento se dá, possivelmente, por conta das novas tecnologias que se popularizam a partir da década de 1990 e são inseridas nos temas de pesquisa em diversas áreas do conhecimento, inclusive nas Relações Públicas (PASADEOS; BERGER; RENFRO, 2010). Nesse período, 1.794 artigos foram publicados.

O quarto e último estágio identificado ocorre entre 2011 e 2020, quando um houve um aumento exponencial na produção científica do campo e expressivo avanço das Relações Públicas como disciplina acadêmica. A média anual de publicação atingiu a casa de 293 artigos, totalizando 2.935 artigos publicados em menos de dez anos. É possível inferir que esse aumento é resultado da produção científica em RP centrada em temas como comunicação de crise, gestão de relacionamentos e novas tecnologias, áreas que atualmente concentram boa parte da pesquisa científica dos estudos de comunicação e também obtiveram um aumento em seu arcabouço teórico nas últimas duas décadas (KI; PASADEOS; ERAY, 2019).

No que diz respeito às principais vinte áreas de pesquisa verificou-se grande diversidade e interdisciplinaridade, com identificação de ocorrência do termo em estudo que vão de *Government Law* (212) à *Agriculture* (42). De acordo com a classificação da Web of Science tabela abaixo, a área que mais produz é a de

Communication (2.621), seguida por *Business Economics* (1.908) e *Social Sciences* (310).

QUADRO 4 – 20 PRINCIPAIS ÁREAS COM MAIS ARTIGOS PUBLICADOS

Ranking	Área	Artigos produzidos	%
1	<i>Communication</i>	2.621	40%
2	<i>Business Economics</i>	1.908	29%
3	<i>Social Sciences</i>	310	5%
4	<i>Government Law</i>	212	3%
5	<i>Education Educational Research</i>	161	2%
6	<i>Information Science Library Science</i>	153	2%
7	<i>Public Environmental Occupational Health</i>	153	2%
8	<i>Engineering</i>	144	2%
9	<i>Environmental Sciences Ecology</i>	125	2%
10	<i>History</i>	120	2%
11	<i>Psychology</i>	114	2%
12	<i>Public Administration</i>	70	1%
13	<i>Sociology</i>	67	1%
14	<i>Science Technology</i>	63	1%
15	<i>Arts Humanities</i>	63	1%
16	<i>Criminology Penology</i>	54	1%
17	<i>General Internal Medicine</i>	54	1%
18	<i>Health Care Sciences Services</i>	52	1%
19	<i>International Relations</i>	47	1%
20	<i>Agriculture</i>	42	1%

FONTE: Adaptado pela autora de Web of Science (2020).

Apesar de termos analisado neste trabalho apenas 5.128 artigos, a soma dos artigos produzidos apresentados no quadro 4 é um número maior, totalizando 6.533 artigos. Isso acontece, pois, alguns trabalhos podem ser classificados em duas ou mais áreas simultaneamente. Em *Communication* e *Business*, a maioria das

publicações (1.427) são provenientes do *Public Relations Review*, o mais antigo jornal focado em artigos que examinam as Relações Públicas, estabelecido em 1975. Em *Management*, a maior fonte de publicações é o *Management Communication Quarterly* (15).

Embora L'Etang (2008) apresente inúmeras áreas relacionadas às raízes, consolidação e frutos das Relações Públicas, não foi possível encontrar todas essas áreas na análise, tendo destaque apenas *Government Law, Public Environmental Occupational Health; Engineering; Environmental Sciences Ecology; History; Psychology*. É possível inferir, com isso, que a área já demonstra uma consolidação do conhecimento com teorias e conceitos próprios, pois como podemos ver no quadro acima, as publicações em Comunicação — área “núcleo” de RP — já representam 40% do total de publicações.

A análise também permitiu observar os periódicos que mais publicam utilizando “relações públicas” como palavra-chave, o que por consequência nos permite inferir qual o jornal mais influente no campo e verificar as diferentes publicações nas quais o termo “Relações Públicas” aparece. Isso possibilita apontar a influência que as Relações Públicas podem ter em várias áreas do conhecimento, conforme vemos no Quadro 5, logo abaixo.

QUADRO 5 – 20 JORNAIS ACADÊMICOS QUE MAIS PUBLICAM

Ranking	Periódico	N. de artigos
1	Public Relations Review	1427
2	Journal of Public Relations Research	167
3	Revista Internacional De Relaciones Publicas	87
4	Journal of Communication Management	83
5	Public Relations Inquiry	68
6	Corporate Communications	55
7	Journalism & Mass Communication Quarterly	48
8	Journal of Business Ethics	42
9	Journalism Quarterly	38
10	American Behavioral Scientist	36
11	International Journal of Communication	25
12	Journalism Studies	25

13	Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta-Pravo-Tomsk State University Journal of Law	24
14	Asian Journal of Communication	23
15	Asia Pacific Public Relations Journal	21
16	Historia y Comunicacion Social	21
17	Russian Journal of Criminology	20
18	Jurnal Komunikasi-Malaysian Journal of Communication	18
19	Library Trends	18
20	Tomsk State University Journal	18

FONTE: Adaptado pela autora do pacote Bibliometrix (2020).

Como podemos ver no Quadro 5, o *journal* que tem mais artigos publicados, dentre a base de artigos analisados é o *Public Relations Review*, a mais antiga publicação no campo, com um total de 1.427 artigos. Até a nona posição no ranking temos *journals* dedicados quase que integralmente às áreas da Comunicação. Entretanto, na 10ª posição temos o *American Behavioral Scientist*, um periódico que trata de ciências sociais e comportamentais, abrangendo disciplinas como Sociologia, Economia, política, entre outros.¹⁵

Menos comum, “relações públicas” aparecem ainda como palavras-chave no *Journal of Law* de uma universidade russa, em que os artigos tratam principalmente da relação de órgãos públicos com os indivíduos e das ações de Relações Públicas desprendidas pelos órgãos para atender a diversas demandas. Bem como o *Russian Journal of Criminology*, que aparece na posição 17 do Quadro 5.

A análise também demonstrou que os Estados Unidos é o país mais influente na produção científica, visto que citações são usadas como uma medida de influência dentro da pesquisa (ZUPIC; ČATER, 2015) e o maior número de referências nos artigos analisados são advém de publicações norte-americanas, conforme mostra o quadro abaixo.

QUADRO 6 – DEZ PAÍSES COM MAIS ARTIGOS PUBLICADOS E REFERENCIADOS

Ranking	País	Artigos publicados	País	Artigos referenciados
1	Estados Unidos	2.949	Estados Unidos	33.958
2	Espanha	455	Reino Unido	3.926

¹⁵ Descrição da publicação. Disponível em <<https://journals.sagepub.com/description/ABS>>.

3	Reino Unido	399	Austrália	1.807
4	Austrália	308	Alemanha	1.257
5	Alemanha	301	Coréia	941
6	Rússia	256	Espanha	926
7	Coréia do Sul	189	Nova Zelândia	872
8	China	158	China	849
9	Canadá	132	Holanda	637
10	Nova Zelândia	120	Canadá	558

FONTE: Adaptado pela autora do pacote Bibliometrix (2020).

Interessante notar que, embora a Espanha esteja como o 2º país que mais publica artigos na área das Relações Públicas, o país cantábrico não ocupa a mesma posição prestigiosa no que diz respeito ao número de artigos referenciados, indicando uma história recente da profissão, mas de grande importância para a redemocratização do país após a ditadura franquista que durou até 1975 (COLLELL; XIFRA, 2016).

Ressalta-se também a diferença no número de artigos publicados entre o primeiro e segundo lugar. O pódio dos Estados Unidos no que diz respeito ao número de artigos referenciados, revela que a pesquisa em Relações Públicas já se mostra bastante avançada no país, que é o berço das RP como a conhecemos. De certa forma, é possível inferir que enquanto os Estados Unidos já concentram seus esforços em prosperar nos estudos das Relações Públicas globais, com teorias e novas perspectivas de estudo que servirão de subsídio para o resto do mundo, enquanto a Espanha, assim como outros países, ainda tenta desvendar a atividade quando adaptada à sua própria cultura, o que é extremamente necessário quando tratamos de Relações Públicas. Pois como mostra Grunig (2003, p. 26), os acontecimentos locais afetam diretamente os princípios globais das RP, sendo estes especialmente impactados por “traços culturais específicos próprios do país”.

O Brasil, por exemplo, apresenta apenas 55 artigos publicados do montante de 5.128 artigos analisados. Destes, 27 artigos são em português, 15 em inglês e 13 em espanhol. A Universidade de São Paulo (USP) com 15 artigos, é a universidade brasileira que mais publica, seguida da Universidade Estadual Paulista (5) e da Universidade Federal do Pampa (5), no Rio Grande do Sul. A partir disso e de outros

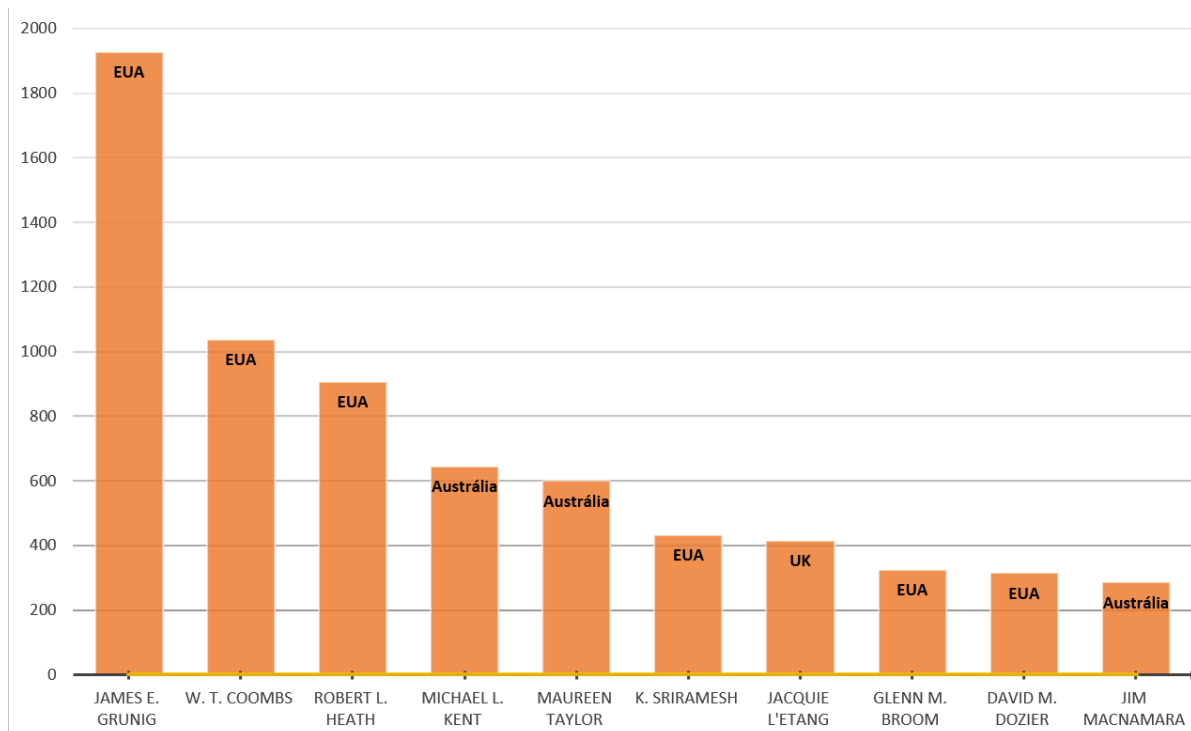
dados já expostos neste trabalho, é possível inferir que as Relações Públicas no Brasil, assim como na Espanha, ainda é uma área cujo arcabouço teórico está em construção.

Isso evidencia a necessidade latente, e já amplamente discutida, de internacionalização da ciência brasileira. Só assim poderemos avançar mais rapidamente e com mais qualidade nas pesquisas em diferentes áreas do conhecimento, sobretudo na Comunicação. Pois, como enfatizam Manços e Coelho (2017), “o sistema de educação superior brasileiro utiliza apenas a língua portuguesa em quase toda a sua totalidade” (p. 72), o que já destaca um caminho que podemos tomar com vistas a aumentar a internacionalização das universidades e da ciência brasileira.

Existem esforços para transformar essa realidade, sobretudo desde 2012 com a implantação do programa Ciências Sem Fronteiras, pelo Governo Federal. A oferta de bolsas de graduação no exterior pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) passou de 2.000 bolsas/ano em 2012 para mais de 40.000/ano em 2014. Entretanto, o alto investimento em bolsas no exterior durante a graduação é objeto de crítica entre alguns pesquisadores que acreditam que deveria haver maior investimento durante a pós-graduação e mestrado, em que a pesquisa é mais fomentada e há maior desenvolvimento científico (MANÇOS; COELHO, 2017). Nesse sentido, há ainda um longo caminho para trilharmos no Brasil até definirmos a melhor estratégia a ser adotada.

Os dados da pesquisa também mostraram que o autor mais citado nos artigos é justamente o americano, James E. Grunig, que foi um dos responsáveis, justamente com David J. Hickson, por um dos primeiros estudos que avaliou a pesquisa acadêmica em Relações Públicas no ano de 1976 e também pelo desenvolvimento da teoria da excelência, um dos principais frutos da área de conhecimento e profissão (KI; PASADEOS; ERAY, 2019; L'ETANG, 2008). Fato que explicaria a influência de Grunig no campo, resultando em um grande número de citações. Além disso, foi possível identificar os outros nove autores mais influentes no campo das RP, de acordo com a ocorrência de citações, conforme gráfico abaixo (Figura 3).

FIGURA 3 – OS DEZ AUTORES MAIS CITADOS ENTRE 1945 E 2020.



FONTE: Adaptado pela autora do pacote Bibliometrix (2020).

O Quadro 7 (abaixo) mostra ainda os dez artigos mais citados local e globalmente. A citação local é relativa ao número de citações que determinado artigo recebeu dentre os artigos analisado neste trabalho, ou seja, 5.128 artigos. As citações globais dizem respeito ao número de citações que determinado artigo teve dentre todos os artigos indexados na base de dados, das quais muitas podem ser provenientes de outras disciplinas (ARIA; CUCCURULLO, 2017).

QUADRO 7 – DEZ ARTIGOS MAIS CITADOS LOCALMENTE

Ranking	Autor	Documento	Ano	Citações locais	Citações globais
1	Michael L. Kent	Toward a dialogic theory of public relations	2002	190	403
2	Michael L. Kent	Building dialogic relationships through the world wide web	1998	159	415
3	John A. Ledingham	Relationship management in public relations: dimensions of an organization-public relationship	1998	146	269
4	Carl H. Botan	Public Relations: State of the Field	2004	117	205

5	Maureen Taylor	Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts	2014	92	153
6	Maureen Taylor	How activist organizations are using the Internet to build relationships	2001	91	221
7	Michael L. Kent	The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders	2003	77	210
8	Richard D. Waters	Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook	2009	75	461
9	Justin Lewis	A compromised fourth estate?	2008	64	188
10	Stephen D. Bruning	Relationships between organizations and publics: Development of a multi-dimensional organization-public relationship scale	1999	63	123

FONTE: Adaptado pela autora do pacote Bibliometrix (2020).

É notável que os artigos mais citados globalmente foram publicados a partir da década de 90, especificamente em 1998, quando o mundo já se encaminhava para a era digital. Isso aponta um recente robustecimento do campo das Relações Públicas que se encaminhou para uma teoria mais credível, sendo inclusive usada como referência em outras disciplinas. Tudo isso há pouco mais de 20 anos. Também é possível retirar os principais temas que permearam o estudo em Relações Públicas nas últimas duas décadas: comunicação dialógica e novas tecnologias, como já apontavam Ki, Pasadeos e Ertem-Eray (2019).

É possível destacar que entre os artigos mais citados estão aqueles que buscam desenvolver uma fundamentação teórica particular e consolidada para as Relações Públicas, caso do desenvolvimento de uma teoria dialógica (KENT, 2002; 1998; TAYLOR, 2014), a apresentação do estado do conhecimento (BOTAN, 2004) e uma perspectiva relacional (BRUNIG, 1999; LEDINGHAM, 1998). Além desses, há artigos mais recentes que tratam de novos meios tecnológicos (WATERS, 2009) e novas formas de organizações sociais (TAYLOR, 2001), mostrando também a constante atualização do campo e a importância contextual da profissão.

Abaixo, a Figura 4 apresenta a co-ocorrência, ou seja, a ocorrência simultânea, de palavras-chave a partir da qual é possível estabelecer relações entre as palavras utilizadas e, assim, construir uma estrutura conceitual sobre o campo em análise. É possível verificar no mapa abaixo, formado por 30 palavras, que as duas expressões

“communication” e “management”. É possível inferir que os estudos que mais utilizam essas palavras têm como foco as Relações Públicas tradicionais, que visam o desenvolvimento de uma administração estratégica das organizações, ampliando os valores corporativos e as responsabilidades organizacionais por todas as unidades operativas e funcionais da empresa com vistas a fortalecer a imagem institucional (FORTES; TOLEDO, 1989).

Além disso, aqui cabe destacar as informações apresentadas na Figura 1 (L’Etang, 2008), em que a autora destaca *Rethoric e Conflict Resolution* como duas das áreas que foram raízes para as Relações Públicas, tendo como frutos *Rethoric e PR & Language*, o que evidencia uma relação com as palavras **discourse** e **crisis**, identificadas no cluster azul. Bem como aparecem *management, organization, power*, em que, paralelamente, temos em L’Etang, *Organizational Sociology, Organizational Studies, Management Studies* nas raízes, e nos frutos a Teoria da Excelência, *PR & Power, Functional Theories & Frameworks*.

O segundo cluster – vermelho – apresenta as palavras “*media*”, “*perceptions*” e “*practitioners*” como principais. A atenção dos artigos deste cluster está voltada a aspectos relacionados às percepções criadas por determinadas atividades de Relações Públicas, que também influem fortemente na imagem da marca seja pessoal ou organização. Neste cluster a figura do autor L’Etang apresenta *Media Sociology, Mass Communications* e *Theories of persuasion psychology* na raiz, que evidenciam o uso de ferramentas da psicologia, por exemplo, para criar as percepções esperadas.

Por fim, o terceiro agrupamento – verde – apresenta as palavras “*impact*”, “*social media*” e “*strategies*”, podendo ser entendido como estudos que avaliam os efeitos e os resultados de ações estratégicas de RP. L’Etang também traz em seu estudo *Strategic Studies* como uma das raízes da profissão.

Ainda é interessante ressaltar a proximidade das informações apresentadas no mapa do campo acadêmico de RP com as diretrizes curriculares nacionais do curso de Relações Públicas estipuladas pelo Ministério da Educação (MEC). No seu art. 6º, a resolução nº2 de 2013 do Conselho Nacional de Educação, estabelece que as grades curriculares dos cursos devem organizar-se em quatro grandes eixos: 1) O eixo da Formação Geral, que deve contemplar conteúdos da cultura geral e de outras áreas do conhecimento como economia, direito, antropologia, evidenciando a importância da formação interdisciplinar dentro do campo; 2) O eixo da Comunicação,

que deve abranger conteúdos fundamentais da comunicação e das linguagens, como o estudo da retórica e do discurso — apresentados no cluster azul — e o estudo das mídias e da cibercultura — apresentados no cluster vermelho; 3) o eixo das Relações Públicas, em que destacamos o estudo sobre teorias das organizações e comunicação nos processos de gestão organizacional, também presentes no cluster azul; 4) e o eixo de Formação Suplementar que deve contemplar conteúdos de domínios conexos que são importantes para a construção do perfil e das competências pretendidas, como estudos voltados para psicologia social, empreendedorismo, gestão de negócios, etc.

A partir dessa proximidade identificada entre os temas apresentados no mapa do campo e das diretrizes curriculares dos cursos de RP no Brasil, é possível inferir que o ensino de Relações Públicas no país está alinhado com o que o resto do mundo está tratando como assuntos centrais na área, por mais que muitas vezes sentimos que estamos muito atrás. Ainda assim, as diretrizes estabelecidas pelo MEC não dialogam com a necessidade urgente de instituímos discussões em uma segunda língua no campo acadêmico. A carência do inglês no ensino superior não representa apenas a falta de políticas de internacionalização da ciência brasileira, representa também um descompasso entre os profissionais de RP do Brasil e de outros países do mundo. Isso porque avanços na teoria exprimem avanços na prática, como em qualquer área do conhecimento e, como já mencionamos, a teoria do nosso campo se encontra muito mais avançada na língua inglesa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos com essa pesquisa compreender o desenvolvimento das Relações Públicas sob a perspectiva de sua interdisciplinaridade. Para isso, definimos os seguintes objetivos específicos: (1) avaliar a evolução das Relações Públicas por meio da revisão da literatura disponível na área; (2) compreender as interfaces das Relações Públicas com outras áreas do conhecimento; (3) evidenciar a natureza interdisciplinar da profissão; (4) apresentar o estado do conhecimento das Relações Públicas para proporcionar a possibilidade de solucionar pontos confusos dentro da mesma e contribuir para o campo no sentido de debater os desafios da profissão; e (5) alcançar uma definição a partir de uma construção conjunta, sempre em aprimoramento que, mesmo não sendo unânime, auxilie a sociedade a compreender como atua um Relações Públicas.

Para isso, realizamos um levantamento da base de dados Web of Science, em que analisamos 5.128 artigos e revisões publicadas entre os anos de 1949 e 2020. Foi possível verificar, com isso, que a literatura da área apresenta certa maturidade com relação ao conceito de Relações Públicas, trazendo números elevados de artigos, especialmente nos últimos anos.

Ainda que não haja consenso sobre o conceito de Relações Públicas e a justificativa de diversos para isso partir do argumento com a ideia da interdisciplinaridade e polissemia do termo, é possível identificar uma linha mestra que conduz o desenvolvimento dos trabalhos no campo, na tentativa de delimitar a área. Ao analisar a literatura do campo, percebe-se que as Relações Públicas são tão interdisciplinares quanto outras profissões que necessitam de uma abordagem semelhante, pois também atuam com a complexidade existencial do ser humano e das organizações.

Entretanto, a evolução teórica já avançada dessas outras áreas, como Administração, Psicologia etc. permite um maior entendimento da atividade. Felizmente, as Reações Públicas parecem caminhar a passos largos para a mesma curva de evolução teórica que permitirá afirmar de maneira mais categórica o que é as RP, sem esquecer que todo campo de conhecimento está sempre em evolução. Neste sentido, foram apresentados os principais periódicos científicos da área, os autores mais influentes, teorias e conceitos já consolidados e amplamente difundidos,

países com a pesquisa científica mais avançada, além dos temas mais pertinentes ao campo de pesquisa nas Relações Públicas.

Vale lembrar que o Brasil não desponta como principal produtor de conhecimento, ficando na 13ª posição do ranking em número de publicações. Isso se dá por vários motivos que já discutiremos ao longo do trabalho como a regulamentação precoce da profissão que prejudicou o progresso acadêmico-científico, a dificuldade em estabelecer políticas de internacionalização da pesquisa no Brasil, entre outros. Nesse sentido, outras pesquisas podem ser desenvolvidas para compreender integralmente as perspectivas da internacionalização da ciência brasileira, a fim de surgirem novas estratégias para contribuir com o avanço científico em nosso país. Analisar a taxa de adesão dos estudantes aos cursos de línguas oferecidos gratuitamente ou a baixo custo pelos governos Federal e Estadual no Brasil pode oferecer um vislumbre da necessidade de se fomentar o aprendizado de uma segunda língua, especialmente no ensino superior.

Como sugestões para futuras pesquisas, recomenda-se ainda o desenvolvimento de estudos que discutam o conhecimento interdisciplinar e a importância do mesmo nas grades curriculares dos cursos de Relações Públicas. Deve-se levar em conta, no entanto, que este conhecimento não pressupõe a produção de pesquisa acadêmica fundamentada na ideia da interdisciplinaridade, visto que outros assuntos mais pertinentes à atuação profissional dos Relações Públicas surgem a todo momento e podem ser mais bem explorados. Também se recomenda pesquisas qualitativas e revisões sistemáticas que façam uma busca em outras bases de dados, sejam de teses e dissertações, sejam de periódicos científicos ou anais de congressos.

Dentre as limitações apontadas neste trabalho destaca-se a utilização de uma base de artigos com publicações majoritariamente em inglês e a análise quantitativa dos artigos. É possível que muitos trabalhos importantes da área produzidos em outras línguas, outros países e com perspectivas onto-epistemológicas diversas tenham sido ignorados ao realizadas uma análise bibliométrica.

No final das contas já não parece ser assim tão difícil definir as Relações Públicas. Afinal o planejamento estratégico nas RP esclarece o braço da Administração; a compreensão dos públicos e da sociedade evidencia a influência da Sociologia; o esforço em mudar percepções através de variadas tecnologias revela a

ligação com a Psicologia; e assim por diante. Por fim, com base nessa perspectiva de que a área já está madura e nos achados e discussões apresentadas ao longo deste trabalho, trazemos a nossa própria contribuição para o campo.

As Relações Públicas são, assim como dezenas de outras áreas do conhecimento, influenciadas por outras disciplinas, por emprestarem das mesmas técnicas de aplicação do conhecimento. Ainda assim, as RP demonstram dia após dia que são uma área independente com conceitos independentes. Deste modo, nos arriscamos em conceituar relações públicas como ***“a área e os detentores do conhecimento que objetiva fabricar, manter e defender uma imagem ou interesse, através da aplicação estratégica de técnicas, comunicacionais ou não, previamente pensadas para estas finalidades.”***

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Conrado. ***Bibliometrix: An R-Tool for Comprehensive Science Mapping Analysis***. Journal of Informetrics, 2017.

BALDISSERA, Rudimar; SÓLIO, Marlene Branca. **Relações Públicas — Processo Histórico e Complexidade**. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 87-101, jan./jun. 2005.

_____. **Relações Públicas: uma perspectiva a partir do paradigma da complexidade**. In: GONÇALVES, Gisela; GUIMARÃES, Marcela (Orgs). Fronteiras e fundamentos conceptuais das relações públicas. Covilhã: Labcom, 2014, p. 49-64. Disponível em: <<http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/123>>. Acesso em: 6 de jun. de 2018.

BERNAYS, Edward. ***Biography of na Idea: The Founding Principles of Public Relations***. Kindle Edition. New York: Open Road Media, 2015.

BOTAN, Carl H.; TAYLOR, Maureen. ***Public Relations: State of the Field***. Journal of Communication 54 (December 1, 2004). In: HENDRIX, Jerry A.; HAYES, Darrel C. (Orgs). Public Relation Cases, Eighth Edition. Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2010.

BRUNIG, Stephen D.; LEDINGHAM, John, A. ***Relationships between organizations and publics: Development of a multi-dimensional organization-public relationship scale***. Public Relations Review, vol. 25, 1999, p. 157-170.

CABESTRÉ, Sonia Aparecida. Contextualizando as Relações Públicas como atividade do campo profissional. In: **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Cláudia Peixoto de Moura (Org.) – Porto Alegre: EDIPUCRS,

2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>>. Acesso em: 24 de mai. de 2018.

CANFIELD, Bertrand R. **Relações Públicas: princípios, casos e problemas**. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

CHIAVENATO, Idalberto. **Fundamentos de Administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

COLLELL, Maria-Rosa; XIFRA, Jordi. ***The recent history of Public Relations in Spain***. ORGANICOM, ano 13, n. 24, 1º sem. 2016, p. 85-94.

CORTEZ, Glauco Rodrigues. **Espaços de Comunicação e o Jornalismo na Antigüidade**. Um estudo das proximidades entre ágora e a indústria da mídia moderna. In: V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo: 2007.

DANTAS, José Guibson Delgado. **O que é, afinal, Relações Públicas?** In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 17., 2016, Curitiba.

DA SILVA, Carolina Moro; BRIGNOL, Liliane Dutra. **Redes sociais online e mobilização: usos do Facebook para ações coletivas no caso da Boate Kiss, em Santa Maria – RS**. Ação Midiática. Revista de Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura. n. 6. UFPR, 2013.

DIAS, Juliana Lopes; RODRIGUES, Helma. **Polissemia conceitual e a imagem do profissional de Relações Públicas na mídia brasileira**. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 17., 2012, Ouro Preto.

DOLLE, Jean-Marie. **Multidisciplinaridade, Interdisciplinaridade e Transdisciplinaridade à luz da Epistemologia Genética**. Schéme, Revista Eletrônica de Psicologia e Epistemologia Genética. vl. 7, n. 1. Unesp, jan./jul. 2015.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia es estratégias.** São Paulo: Summus, 2002.

FORTES, Waldyr Gutierrez; TOLEDO, Geraldo Luciano. **Relações Públicas e Marketing. Uma abordagem estratégica.** Revista de Administração, São Paulo 24(3):3-10, julho/setembro, 1989.

FRANÇA, Fábio. **Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil.** Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p.127-154, 1o. sem. 2003.

_____. **Públicos: como identificá-los em nova visão estratégica.** 3. ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis, 2012.

GOLDMAN, Eric F. **Public Relations and the Progressive Surge, 1898-1917.** Disponível em: <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Goldman_1965_Address1.pdf>. Acesso em: 16 de nov. de 2019.

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

JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. **Dicionário básico de filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

JULIO, Karina B. Mercado de relações públicas cresce 5% em 2018. **Meio e Mensagem,** 2019. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2019/05/21/mercado-de-relacoes-publicas-cresce-5-em-2018.html>>. Acesso em: 24 de nov. de 2019.

KENT, Michael L.; TAYLOR, Maureen. **Toward a dialogic theory of public relations.** Public Relations Review, vol. 28, 2002, p. 21-37.

KENT, Michael L.; TAYLOR, Maureen. ***Building dialogic relationships through the world wide web.*** Public Relations Review, vol. 24, 1998, p. 321-334.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional.** São Paulo: Summus Editorial, 1997 – Coleção Novas Buscas em Comunicação. v. 56.

_____. **Os campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências.** Revista Internacional de Relaciones Públicas. Vol. 5, n. 10. P. 105-124. 2015.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

KUNSCH, Waldemar Luiz. **De Lee a Bernays, de Lobo a Andrade: a arte e a ciência das relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006).** In: NP-Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, 6., 2006, Bauru-SP.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa – teoria e prática.** 4. ed. Porto Alegre: Sagra – DC Luzzatto, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003

LAZARSELD, Paul F. **A opinião pública e a tradição clássica.** In: STEINBERG, Charles S. (org). Meios de Comunicação de Massa. São Paulo: Cultrix, 1972.

LEDINGHAM, John A.; BRUNING, Stephen D. ***Relationship management in public relations: dimensions of an organization-public relationship.*** Public Relations Review, vol. 24, 1998, p. 55-65.

L'ETANG, Jacque. ***Introduction: Critical Thinking and Interdisciplinary Perspectives.*** *Public relations: concepts, practice and critique.* London: SAGE, 2008.

LONG, Larry & HAZLETON, Vincent Jr. ***Public Relations: A theoretical and practical response.*** In: *Public Relations Review.* Vol. 13, n. 2. 1987.

MACHADO, Driele Travaglia; ANTUNES, Joseane Rosalina Chaves; MONTEIRO, Luisa da Silva. **Relações públicas: evolução teórico-conceitual e percepções sobre a atividade.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos-BA.

MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Relações Públicas e marketing: convergências entre comunicação e administração.** 2 ed. Amp. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2016.

MATTOS, Maria Ângela. **Interfaces do saber comunicacional e da comunicação organizacional com outras áreas de conhecimento.** In: *Interfaces e tendências da Comunicação no contexto das organizações.* São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MATEUS, Anabela Ferreira Félix. **Estado da Arte das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional: Portugal no Contexto Europeu Uma Primeira Abordagem.** In: *Revista de Comunicación Vivat Academia.* Ano 17, n. 129. 2014.

MEIO e Mensagem. **Mercado de relações públicas cresce 5% em 2018.** Disponível em < <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2019/05/21/mercado-de-relacoes-publicas-cresce-5-em-2018.html>> Acesso em: 21 de outubro de 2019.

NASSAR, Paulo. Uma visão crítica e abrangente das Relações Públicas. **Relações Públicas na construção da responsabilidade história e no resgate da memória institucional das organizações.** São Caetano do Sul, SP, p. 31-65. Difusão Editora, 2007.

NASSAR, Paulo; FARIAS, Luiz Alberto; OLIVEIRA, Mateus Furlanetto. **Cenário Histórico das Relações Públicas no Brasil**. ORGANICOM, ano 13, n. 24, 1º sem. 2016, p. 151-160.

KI, Eyun-Jung; PASADEOS, Yorgo; ERAY, Tugce Ertem. **Growth of public relations research networks: a bibliometric analysis**, Journal of Public Relations Research, 31:1-2, 2019, p. 5-31.

PASADEOS, Yorgo; BERGER, Bruce; RENFRO, R. Bruce. **Public Relations as a Maturing Discipline: An Update on Research Networks**, Journal of Public Relations Research, 22:2, 2010, p. 136-158.

PASADEOS; Yorgo. RENFRO, Bruce. **A Bibliometric Analysis of Public Relations Research**. Journal of Public Relations Research, 4:3, 1992 p. 167-187.

PETERSON, Eugene H. **A Mensagem: Bíblia em Linguagem Contemporânea**. [supervisão exegética e teológica Luiz Sayão]. São Paulo: Editora Vida, 2011

PINHO, Júlio Afonso. O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. In: **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Cláudia Peixoto de Moura (Org.) – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>>. Acesso em: 24 de mai. de 2018.

POMBO, O. **Contribuição para um vocabulário sobre interdisciplinaridade**. In: POMBO, O.; GUIMARÃES, H.; LEVY, T. Interdisciplinaridade: reflexão e experiência. 2 ed. Lisboa: Texto, 1994. Disponível em: <<https://webpages.ciencias.ulisboa.pt/~ommartins/mathesis/vocabulario-interd.pdf>>. Acesso em: 24 de nov. de 2019.

Projeto Pedagógico de Curso: Bacharelado em Relações Públicas. Faculdade Casper Líbero, São Paulo: 2018. Disponível em <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2018/04/PPC_RP_2018.pdf>. Acesso em: 24 de nov. de 2019.

RAGO, Luzia M. & MOREIRA, Eduardo. F. P. **O que é Taylorismo**. S. Paulo: Brasiliense, 1984.

RAE. **Revista de Administração de Empresas**. Fórum de Opiniões (negrito), v. 11, 1964.

Resolução CNE/CES 2/2013. Diário Oficial da União, Brasília, 1º de outubro de 2013 – Seção 1 – p. 28.

ROMANI, Simona; GRAPPI, Silva; ZARANTONELLO, Lia; BAGOZZI, Richard. ***The revenge of the consumer! How brand moral violations lead to consumer anti-brand activism***. Journal of Brand Management. Vol. 22. 2015.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. (Re)Construindo a história das Relações Públicas. In: **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Cláudia Peixoto de Moura (Org.) – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>>. Acesso em: 24 de mai. de 2018.

SCHÖNHAGEN, P.; MEIßNER, M. ***The co-evolution of public relations and journalism: A first contribution to its systematic review***. Public Relations Review, v. 42, n. 5, 2016. DOI: 10.1016/j.pubrev.2016.08.003

STEFFEN, Ana Maria Walker Roig. **Modos de percepção em relações públicas – o significado do conceito de público**. Porto Alegre, FAMECOS / PUCRS, janeiro de 2003.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política**. 6. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

TAYLOR, Maureen; KENT, Michael L. ***Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts***. Journal of Public Relations Research, vol. 26, 2014, p. 384-398.

TAYLOR, Maureen; KENT, Michael L.; WHITE, William J. ***How activist organizations are using the Internet to build relationships***. Public Relations Review, vol. 27, 2001, p. 263-284.

VARADARAJAN, R. ***Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises***. Journal of the Academic Marketing Science, vol. 38, p. 119–140, 2010.

VIEIRA, Elizabeth S.; GOMES, José A. N. F. ***A comparison of Scopus and Web of Science for a typical university***. Scientometrics, Vol. 81, N. 2, 2009.

VIEIRA, Vivian Patricia Peron. ***O papel da Comunicação Digital na Primavera Árabe: Apropriação e mobilização social***. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política, 5., 2013, Curitiba-PR.

WATERS, Richard D.; BURNETT, Emily; LAMM, Anna; LUCAS, Jessica. ***Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook***. Public Relations Review, vol. 35, 2009, p. 102-106.

WELS, Ana Maria Córdova. Aspectos históricos da atividade de Relações Públicas: paralelos com a origem das assessorias de comunicação social. In: ***História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área***. Cláudia Peixoto de Moura (Org.) – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>>. Acesso em: 24 de mai. de 2018.

ZUPIC, I.; ČATER, T. ***Bibliometric Methods in Management and Organization***. Organizational Research Methods, v. 18, n. 3, p. 429–472, 2015.