

As Convergências da Função Política de Relações Públicas e Comunicação Política no Ambiente Digital¹

Manuella Noschang Lopes da Silva²;

PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Resumo

Este artigo estuda as convergências da função política de relações públicas, assim entendida devido à sua responsabilidade de gerenciar os relacionamentos organizacionais com o intuito de influenciar comportamentos, e da comunicação política nas ambiências digitais, sendo estas as formas predominantes de comunicação, tanto entre pessoas, como entre estas e organizações públicas ou privadas. Sabendo que os agentes políticos também estão se comunicando com os cidadãos utilizando as redes digitais, o estudo aponta que as características da comunicação digital contribuem para o planejamento estratégico de relações públicas, atendendo à sua função política de influenciar comportamentos, visto que esses atributos favorecem a interatividade e descentralização do poder, estimulando os cidadãos a exercerem o contrapoder, influenciando também nas ações do Estado.

Palavras-chave

Relações Públicas; função política; influência; comunicação digital; comunicação política.

Introdução

As relações de poder tem sofrido significativas mudanças devido ao intenso uso das mídias digitais na comunicação interpessoal e entre pessoas e entidades públicas e privadas. Sendo as redes digitais, hoje, a forma predominante de se comunicar (CORRÊA, 2008), emerge a demanda pelo gerenciamento dos relacionamentos entre as organizações e seus públicos, visando melhor entendimento e clareza nessa comunicação, que não aceita hierarquia e controle.

No sentido de influenciar os comportamentos, tanto das organizações, quanto de seus públicos, no intuito da consecução dos objetivos comuns, as relações públicas, enquanto função política (SIMÕES, 1995), tem a comunicação digital como importante aliada. Isso porque as mídias digitais configuram ambientes de interação, além da velocidade na disseminação de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Teorias, metodologias e práticas de ensino das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Bacharel em Relações Públicas pelo Centro Universitário Ritter dos Reis - UniRitter, Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela Famescos/PUC-RS. Finalista do Prêmio Abrapcorp de Monografias em 2018. Integrante da gestão da ABRP RS/SC como Diretora de Relações Públicas, em 2018, e como Presidente da Comissão Fiscal, em 2019. E-mail: manu.noschang@live.com.

informações (PINHO, 2003). Ainda, é possível destacar que, ao contrário de outros tempos, todos são agentes de emissão de mensagens (CASTELLS, 2017), descentralizando assim, o poder da comunicação.

Seguindo na direção natural da comunicação atual, agentes políticos também estão se valendo das mídias digitais para se relacionarem com seus eleitores. Com isso, até mesmo chefes de executivo emitem suas opiniões e, até mesmo, mensagens oficiais pelas redes digitais³, dando a entender que já aceitam essas mudanças e que aspiram um relacionamento mais próximo com os cidadãos.

Diante do exposto, este estudo surgiu do interesse em compreender de que forma a comunicação digital, a comunicação política e a atuação política de relações públicas se relacionam nesse novo cenário comunicacional. Por isso, o presente artigo tem o objetivo de refletir sobre as convergências da função política de RP na atuação da comunicação política em ambiências digitais.

Visando atingir esse propósito, bem como entendendo como uma importante contribuição para a área, devido à ainda exígua extensão de estudos acerca do tema, foi estabelecida como metodologia uma pesquisa bibliográfica, baseada nas técnicas difundidas por Stumpf (2012). Com o intuito de conhecer amplamente a literatura existente, esse tipo de pesquisa se caracteriza, também pela associação das ideias das referências estudadas às do pesquisador.

Ainda, a pesquisa bibliográfica, segundo Stumpf (2012), proporciona um conhecimento aprofundado do tema em estudo, bem como sua revisão, a fim de evitar que se encontrem soluções já existentes para o problema fundante da pesquisa.

A função política de Relações Públicas: influência, cooperação e relações de poder

É dado que as relações públicas tem uma atuação substancialmente política. Isso, porque, devido à sua relevância nos contextos relacionais das organizações, tem a finalidade de gerenciar os comportamentos dos públicos para a obtenção dos objetivos organizacionais, a partir da perspectiva da cooperação. Nesse contexto, Simões (1995) propõe que a definição para

*A atividade de relações públicas é a gestão da função política da organização*⁴. Donde Relações Públicas (*definiens*) é igual a gestão da função

³ Disponível em <<https://exame.abril.com.br/brasil/governo-bolsonaro-deve-manter-comunicacao-direta-por-redes-sociais/>>. Acesso em 10/03/2019.

⁴ Grifo do autor.

política da organização (*definiendum*) e esta gestão é somente a atividade de Relações Públicas e nenhuma outra mais. (SIMÕES, 1995, p.83).

Apresentada essa definição, o autor garante que a função política da organização tem igual importância às demais funções sejam administrativas, financeiras ou de marketing, por exemplo. Isso porque, mediante a gestão da função política, os interesses comuns que possui com os públicos, sejam por eles percebidos, tornando-os fiéis e multiplicadores.

A função política, entendida por Simões (1995) como a função essencial de Relações Públicas, é assim determinada uma vez que a todo tipo de relacionamento se confere um *status* de relações de poder, em que uma esfera tem a capacidade de interferir assimetricamente sobre as decisões da outra (CASTELLS, 2017). Desse modo, a atuação política de Relações Públicas vem no sentido de gerenciar essas relações de poder. Castells (2017, p.57) afirma que “as relações de poder são marcadas pela dominação, que é o poder entranhado nas instituições da sociedade”.

Posto isto, não há como desconsiderar que o poder faz sim, parte do processo de cooperação intentado pelas organizações, visando a consecução de seus objetivos. Simões (2001, p.43) aponta que “cooperação tem um significado mais preciso, localiza-se mais especificamente na esfera da relação de poder, possui uma teoria que o explicita e se caracteriza por uma ação”. Ação esta que objetiva “influenciar os públicos” (SIMÕES, 2001, p.44), que logo, se caracteriza como política. Cabe ressaltar que, neste contexto, entende-se política não no sentido de “politicagem”⁵, mas o de gerenciar as relações de poder, com o objetivo de influenciar comportamentos e atingir a cooperação. Simões (2001) elucida que

como teoria, a política busca compreender os processos de exercício de poder em sociedade, qualquer que seja sua extensão. Como prática, busca interferir no processo, no qual aparece a relação de poder, a fim de organizar o sistema social. (SIMÕES, 2001, p.66).

Quando menciona a atuação política de Relações Públicas, Kunsch (2003) acrescenta que o poder ocorre tanto no interior, quanto por forças exteriores à organização. A autora coaduna com aquele ponto de vista ao assegurar que às Relações Públicas cabe a função de “gerenciar problemas de relacionamentos internos e externos, surgidos ou provocados pelo comportamento de determinados públicos e/ou por certas decisões das organizações”. (KUNSCH, 2003, p. 110). Ainda, Kunsch (2003) garante que o gerenciamento de crises é

⁵ Termos cunhado por Simões para designar a carreira política, ou seja, a atuação de agentes públicos em órgãos governamentais.

função essencial de relações públicas. É uma função política, pois pressupõe negociações, estratégias de comunicação e ações concretas para encontrar soluções de problemas que as organizações possam ter no relacionamento com os públicos no ambiente social. (KUNSCH, 2003, p.111).

Diante disso, tem-se que as estratégias e ações desenvolvidas pelas relações públicas, no sentido de negociar e solucionar adversidades nos relacionamentos organizacionais, aplicam-se em todos os ambientes, sejam *offline* ou *online*. Alinhada a essa reflexão, Corrêa (2008) reitera que essa prática

Tem por função estabelecer os canais de comunicação e as respectivas ferramentas para que a empresa fale da melhor maneira com seus diferentes públicos. Nesse sentido, todas as possibilidades de relacionamento com estes públicos devem ser integradas e alinhadas pela mesma visão estratégica [...]. (CORRÊA, 2008, p.172).

Seguindo tal argumento, cumpre contemplar os conceitos e atributos que permeiam a comunicação digital, que Corrêa (2008) difere da simples aplicação de recursos tecnológicos diante de sua relevância estratégica, bem como compreender de que maneira essa ambiência contribui para a atuação política de relações públicas.

Comunicação digital: as mídias digitais como ambientes de interação e constituição de poder/contrapoder

Já está consolidado que as mídias digitais, como ambientes de interação e livre expressão reformularam a sociedade, bem como as relações de poder. Isso, devido a “mudanças de hábitos e de comportamento”. (PINHO, 2003, p.19). Conforme aponta Simões (1995), a informação é a matéria-prima da comunicação, e as mídias digitais são ambientes onde ela é disseminada rápida e muito livremente. Sandi (2008, p.107) concorda que as tecnologias da informação e comunicação afetam “profundamente os processo de produção, as relações sociais, as instâncias de poder, a cultura”.

Para Castells (2017), “o poder está baseado no controle da comunicação e da informação”. Com isso, é possível inferir que o poder hoje, devido à intensa utilização das mídias digitais, está atravessando um processo de descentralização, disseminando-se entre diferentes castas sociais. O autor afirma que

O poder é mais do que comunicação e a comunicação é mais do que o poder. Mas o poder depende do controle da comunicação, assim como o contrapoder depende do rompimento desse controle. (CASTELLS, 2017, p.21).

As características específicas da comunicação permeada no ambiente digital contribuem para essas mudanças transcorridas na sociedade, em que outrora, havia um pequeno conglomerado de indivíduos e/ou organizações que detinham um poder quase que absoluto, devido às suas fortes influências sobre a comunicação e a informação, o que hoje já não é mais uma realidade. (CASTELLS, 2017). Velocidade na disseminação de informações, capacidade de “viralização”⁶, não-linearidade, instantaneidade, interatividade e capacidade de segmentação podem ser destacadas como algumas dessas propriedades.

Ainda, sobre as características das tecnologias da informação e comunicação, bem como as reconfigurações sociais adotadas a partir do amplo emprego de mídias digitais na comunicação, seja entre indivíduos ou entre indivíduos e organizações, Corrêa (2008, p.169) sustenta ser a “forma e meio predominantes para se comunicar e informar”. Esse processo, segundo a autora, produzira relações mais “complexas” e menos hierarquizadas.

Em termos comunicacionais, essa ambiência propicia a interatividade e multimedialidade, entre outros aspectos, tanto no âmbito social, como no corporativo. Dessa forma, compreende-se que esses conceitos são, também, demandados no campo da comunicação entre as organizações e seus públicos. Ao destacar as características das tecnologias digitais, no âmbito da comunicação, Sandi (2008, p. 107 e 108) reconhece as “novas demandas para os profissionais de comunicação”, sobretudo devido ao acúmulo de informação, difusão do conhecimento e potencialização de relações. Para atender a tal demanda, o autor acredita que

A necessidade do comunicador social estar assumindo estrategicamente um papel mais ativo frente às tecnologias de informação, tanto em sua criação, quanto na produção, estratégia e gestão, tem passado pela necessidade de uma formação mais ampliada, que deveria ser iniciada na graduação e continuada pela busca de incorporação e renovação permanente de conhecimentos. (SANDI, 2008, p.114 e 115).

Cabe retomar que a comunicação depende da informação (SIMÕES, 1995), ressaltando o fato de que nas redes digitais as mensagens são autogeradas, ampliando a autonomia dos atores sociais, com o que Castells (2017, p.22) denomina “autocomunicação de massa”, ou seja,

⁶ Termo popularmente conhecido pela capacidade de transformar algumas informações nos temas mais compartilhados e discutidos por usuários de mídias digitais.

a possibilidade que essas tecnologias oferecem aos usuários de serem emissores e receptores simultaneamente. Diante disso, o autor apresenta

A sociedade em rede [...], uma estrutura social construída ao redor das redes digitais de comunicação, embora não determinada por elas. Afirmo que o processo de formação e exercício das relações de poder é transformado de forma decisiva no novo contexto organizacional e tecnológico que se origina no surgimento de redes digitais globais de comunicação como o sistema fundamental de processamento de símbolos da nossa era. (CASTELLS, 2017, p.22).

Em face das peculiaridades ostentadas pela comunicação transposta no ambiente digital, é legítimo apropriar-se de tal ambiência no planejamento estratégico de relações públicas no desígnio de sua atuação política, na prática de influência de comportamentos. Isto, também, devido à capacidade de interatividade que as redes digitais propiciam, bem como a velocidade na transmissão de informações, além de tantas outras qualidades que caracterizam essas mídias.

Percebe-se, então, que mudanças nas relações de poder são inerentes nesse novo contexto comunicacional e que esse processo não se limita às pessoas, mas as organizações também são, de certa forma, afetadas por elas. Compete refletir se essa nova forma de informar e comunicar, utilizando ambientes de alta performance e interatividade, pode se adequar à comunicação política, ou seja aquela praticada entre agentes políticos e os cidadãos, obtendo resultados significativos nessas relações e garantindo influência mútua, logo, distribuindo e descentralizando o poder.

As convergências da função política de Relações Públicas na comunicação política em ambientes digitais

Ao abordar a comunicação política no ambiente digital, tem-se a intenção de discutir os processos comunicacionais no âmbito público e de agentes políticos, ou seja, pessoas que atuam na administração pública. Cabe primordialmente apresentar brevemente um conceito de política e, posteriormente, examinar as formas de comunicação que estão sendo utilizadas por essas entidades, bem como examinar e discutir o posicionamento de referências em ambas as temáticas.

Derivando de *pólis* (cidade), o termo política, que outrora estava vinculado principalmente à arte ou ciência do governo, em sentido mais moderno, é empregado para

definir as atividades desempenhadas pelo Estado⁷. Diante disso, temos a comunicação política como aquela realizada pelo Estado, no sentido de informar, se comunicar e relacionar com o povo. Novelli (2009, p.485) evidencia que, no campo da comunicação entre o Estado e a sociedade, as “relações públicas governamentais apresentam-se como um recurso estratégico, [...] para mediar esse relacionamento”. Para a autora os objetivos perpassam

Promover a adequada compreensão pública a respeito das funções das esferas governamentais; fornecer continuamente informações sobre as atividades da administração pública; disponibilizar meios que ofereçam ao cidadão a possibilidade de influenciar a política e as ações do governo; e estabelecer canais de comunicação pelos quais o cidadão possa ser alcançado pelos representantes da administração pública. (NOVELLI, 2009, p.485).

Nesse sentido, as relações públicas governamentais aparecem não somente com a perspectiva de usar a comunicação para influenciar o povo, mas também, para fornecer subsídios para que os cidadãos também possam realizar influência sobre as ações públicas. Assim, pode-se entender que a comunicação digital serve de apoio nesse processo, uma vez entendida como uma comunicação que propicia o contrapoder, quebrando os paradigmas da comunicação tradicional e não permitindo as hierarquias e a centralização do poder (CORRÊA, 2008).

Castells (2017) garante que essa nova forma de comunicar tem provocado transformações nas relações de poder, a partir da evolução da estrutura social, com a extinção das fronteiras, que transcendem o nacional. O autor afirma

Não significa dizer que o Estado-Nação desaparece. Mas que as fronteiras nacionais das relações de poder são apenas uma das dimensões nos quais o poder e contrapoder operam. Finalmente isso afeta o próprio Estado-Nação. Mesmo se ele não desaparecer como uma forma específica de organização social, seu papel... sua estrutura e suas funções mudam [...]. (CASTELLS, 2017, p.64).

Com isso, infere-se que o poder faz um novo movimento, rompendo o controle. A comunicação nas redes digitais produziu um novo sentido nas relações, possibilitando o que Castells (2017, p.93) chama de “resistência ao poder”. Considerando o Brasil como um país democrático, tem-se uma população cada vez mais participativa e consciente da importância de sua atuação no fazer político (NOVELLI, 2009).

⁷ Definição encontrada em BOBBIO, Norberto. **Teoria Geral da Política: a filosofia política e as lições dos clássicos**. 20.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

As relações públicas tem importante papel nesse movimento, já tendo comprovada sua atuação política, aqui entendida com a responsabilidade de gerenciar os relacionamentos em prol de cooperação mútua (SIMÕES, 1995). Assim, decorre da área o planejamento de ações que atendam às demandas das relações públicas governamentais, visando uma influência mútua entre o Estado e os cidadãos. Castells (2017, p.95) assegura que, para tal, é necessária a “formação de redes e de estratégias”. Sobre isso, entretanto, Sandi (2008, p.127) alerta que

o profissional de Relações Públicas precisa ampliar seu conhecimento sobre as tecnologias que envolvem passagens digitais, sem perder o foco que é dado em sua formação [...], além e estar atento às novas relações que se desenvolvem a partir das ações de comunicação. (SANDI, 2008, p.127).

Complementando esse pensamento, Simões (2001) aponta como parte integrante do programa de Relações Públicas, o planejamento de estratégias que visem a gestão dos relacionamentos organizacionais. Para tal, o diagnóstico é processo fundamental. O autor elucida que o programa de Relações Públicas se refere “à ação consciente e intencionada de intervenção, pelo ser humano no processo, tanto para mantê-lo em determinada direção, quanto para corrigir seu rumo” (SIMÕES, 2001, p.35).

Considerando os constructos de Simões (2001) sobre o programa de Relações Públicas, cabe planejar as ações necessárias para essa intervenção. E, diante do contexto atual, não há como não considerar a ambiência digital nas estratégias. Para Corrêa (2008), entretanto

a presença de qualquer organização em ambiências digitais deve estar sustentada [...] na cultura e a imagem organizacionais, os propósitos e as intenções pretendidos com ações de comunicação digital, os públicos ou *stakeholders* com os quais a organização dialoga [...]. (CORRÊA, 2008, p.175).

Assim, a comunicação transcorrida nas mídias digitais é uma importante aliada na atuação das relações públicas governamentais, visto que concede livre acesso aos discursos do povo. No entanto, cabe ponderar que, para que haja sucesso nesse relacionamento, mediante a cooperação mútua pretendida pelas relações públicas, a comunicação, não mais hierarquizada, mas pautada também pelo público, visto o uso das mídias digitais, carece de gerenciamento, sendo esta uma importante tarefa da atividade (SIMÕES, 2001). Novelli (2009) aponta:

As relações públicas governamentais podem trazer contribuições significativas para a consolidação de um relacionamento mais estável e

democrático entre governo e sociedade. Ancorada em práticas participativas e descentralizadas de comunicação, as ações de relações públicas buscam resgatar o componente político do processo comunicativo na esfera do governo. (NOVELLI, 2009, p.486).

Isso significa que, uma vez descentralizada a comunicação no ambiente digital, ela pode integrar as estratégias das relações públicas para gerenciar o relacionamento do Estado com o povo, obtendo melhores resultados. Além disso, vale ressaltar que as mídias digitais são a forma predominante de comunicação (CORRÊA, 2008) e, claro, não seria diferente entre o Estado e os cidadãos. Considerando as diversas características do ambiente digital, pode-se depreender que velocidade na disseminação de informações, instantaneidade e, sobretudo, interatividade (PINHO, 2003) são aspectos que contribuem com um programa de relações públicas que vise “traçar estratégias para que a população se engaje nas ações públicas e participe da tomada de decisões”. (NOVELLI, 2009, p.487).

Atualmente os dirigentes públicos, bem como órgãos governamentais tem-se valido do ambiente digital para informar e se comunicar com o público⁸. Deputados, senadores, prefeitos e, até mesmo o presidente da república utilizam as mídias digitais como forma oficial de se pronunciarem⁹. Com isso, é possível inferir que esses agentes já aceitam essa forma menos hierarquizada de comunicação e compreendem que não há mais como deter o poder da comunicação, uma vez que, nessas mídias, todos são disseminadores de conteúdo. Essa dinâmica está no sentido dos ensinamentos de Simões (1995), que certifica a informação como alicerce da comunicação.

Os aspectos que aproximam a comunicação política no ambiente digital e atuação política de relações públicas refletem realidade atual do cenário comunicacional, em que todos emitem suas mensagens e todos também são receptores. Tal movimento se distingue de outrora, quando a hierarquia predominava, a partir do controle da comunicação (CASTELLS, 2017), sobretudo se tratando daquela perpassada no âmbito político.

Desse cenário emerge a apropriação da atuação política de relações públicas na comunicação entre os dirigentes públicos e a população, também no ambiente digital. Isso, na intenção de que esse relacionamento se torne mutuamente cooperativo, conferindo benefícios para ambas as partes, especialmente por se tratar de um relacionamento que é sabidamente conflituoso. Ainda, observa-se que às relações públicas, enquanto função política, concerne se valer das características das mídias digitais para gerenciar e, assim, garantir uma comunicação

⁸ Disponível em <<http://www.eleitoronline.com.br/relacao-entre-politica-e-redes-sociais/>>. Acesso em 10/03/2019.

⁹ Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/bolsonaro-segue-passos-de-trump-e-adota-rede-social-para-discursar.shtml>>. Acesso em 10/03/2019.

política mais efetiva e interativa com os cidadãos, bem como evitar e gerenciar os conflitos eminentes desse relacionamento.

Considerações

Sabendo que a todo tipo relacionamento é conferido um *status* de relações de poder (CASTELLS, 2017), sendo eles tanto internos quanto externos (KUNSCH, 2003), tem-se a importância de gerenciar essas relações, a fim de influenciar comportamentos para a obtenção de resultados favoráveis aos objetivos comuns. Às Relações Públicas cabe essa função, no sentido de influenciar comportamentos, cunhada por Simões (1995) como função política da organização, tendo esta tanta relevância quanto as demais atividades organizacionais.

Ainda, tendo em vista que o planejamento é parte integrante do programa de Relações Públicas, Kunsch (2003) afirma que estratégias de comunicação devem ser planejadas para a obtenção do sucesso nesse papel de gerenciar a função política atribuído à atividade (SIMÕES, 2001). E, nesse sentido, Corrêa (2008) complementa que as estratégias e ações devem ser pensadas em todas as ambiências, sobretudo na digital, visto que atualmente as mídias digitais são a principal forma de se comunicar.

As referências estudadas mostram que o intenso uso das redes digitais para estabelecer relacionamentos, tanto entre pessoas, quanto entre estas e as organizações, tem mudado os comportamentos e, principalmente, alterando as relações de poder, devido entre outras questões, à ausência de hierarquia conferido ao ambiente digital. Velocidade na disseminação de informações, capacidade de “viralização”, não-linearidade, instantaneidade, interatividade e capacidade de segmentação, além da autocomunicação de massa (CASTELLS, 2017), são outras importantes características que contribuem para a atuação política de Relações Públicas no planejamento das ações em prol da busca por influenciar os comportamentos dos públicos.

Tendo claro que as mídias digitais são, hoje, o meio mais utilizado para os relacionamentos, fica posto que também agentes públicos se valem dessa alternativa no intuito de informar e se relacionar com os cidadãos. Assim, as Relações Públicas governamentais tem, nas mídias digitais, importantes aliados para o gerenciamento dos relacionamentos os políticos, aqui designam-se as pessoas que atuam no Governo, e o povo.

Com isso, nota-se uma consciência desses profissionais em relação ao contrapoder, de certa forma, marcado nos relacionamentos transcorridos no ambiente digital. Além disso, os aspectos peculiares dessas mídias, ora pesquisados, dão a perceber que as Relações Públicas

podem delas se servir no objetivo de firmar diálogos com o povo, já mais atuante no cenário político, estimulando-o a interagir e influenciar nas ações do Governo.

Diante da pesquisa realizada pode-se, atendendo ao objetivo proposto pelo estudo, inferir que a função política de Relações Públicas e a comunicação política transcorrida na ambiência digital convergem justamente nas peculiaridades da comunicação digital. Tais características demandam ao mesmo tempo que sustentam a atuação política da atividade, contribuindo para o planejamento de ações para influenciar comportamentos em prol de objetivos comuns às organizações, ainda que políticas, e seus públicos.

Referências

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

CORRÊA, Elizabeth Saad; KUNSCH Margarida Maria Krohling (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009

PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet: Técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de internet**. 1.ed. São Paulo: Summus, 2003.

SANDI, André Quiroga. In: MOREIRA, Elizabeth Huber; PONS, Mônica (org.). **Perspectivas em Relações Públicas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 4.ed. São Paulo: Summus, 1995.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e Micropolítica**. 2.ed. São Paulo: Summus, 2001.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J., BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação / Jorge Duarte e Antônio Barros (org.). São Paulo: Atlas, 2012.