

# Novas perspectivas das Relações Públicas em face do processo de globalização

Júlio Afonso Sá de Pinho Neto\*

## Resumo

Nossa contemporaneidade, marcadamente influenciada pelo processo de globalização em curso, demanda uma completa redefinição da função das Relações Públicas; esta atividade agora deve responder a outras formas de pressões políticas que diferem dos meios de representatividade clássicos como os partidos políticos, os parlamentos, as associações e os sindicatos. Surge agora o chamado “terceiro setor”, com uma forma particular de interagir com a opinião pública – fundamento maior da profissão de R. Públicas.

*Palavras-chave:* relações públicas, globalização, opinião pública e política.

## 1 As Relações Públicas diante da contemporaneidade

Assistimos, nestes últimos anos, a um acirrado processo de globalização, que, se não é privilégio exclusivo de nossa época, nunca havia alcançado tamanha dimensão. Isso em grande parte graças às novas tecnologias de comunicação, que tornaram possível o desencadear de um processo de transmissão instantânea de informações ao redor do mundo.

Aliado a esse fator técnico – que, aliás, não pode ser considerado puramente técnico, já que os projetos tecnológicos respondem a demandas sociais, políticas, econômicas e culturais bem específicas –, estamos diante da tão propalada crise da modernidade. Époque em que se alardeia o fim das grandes metanarrativas, que até então tinham a função de explicar a existência humana a partir de um paradigma de verdade, a partir de certos princípios inquestionáveis de verdade. Deus, Razão, Progresso, História cederam lugar a um processo ímpar e he-

---

\* Relações Públicas, doutor em comunicação e cultura, professor da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás e editor deste periódico.

terogêneo de diversificação e ascensão das mais diferentes crenças, ideologias e visões de mundo. O respeito às “diferenças”, a aclamação a uma autogestão individual e coletiva ganharam espaço privilegiado nos fóruns políticos contemporâneos a partir da revolução de Maio de 1968, na França. Revolução esta que ocorreu sem um objetivo político definido, não lutou a favor do poder ou contra ele, antes investiu na criatividade, na singularidade, na manifestação autônoma da subjetividade, tendo o desejo à frente de todas as suas iniciativas transgressoras. Maio de 68 contestou os profissionais da contestação, rejeitou as correntes totalitárias de pensamento, as “verdades universais” e modeladoras da subjetividade humana. À política institucional dos sindicatos, dos parlamentos, dos partidos políticos etc. respondeu com a micropolítica, pois ostentava uma grande ânsia de liberdade pessoal e individual. Não optou por se apoiar nas macro-estruturas da política organizada, pois sabia que os ideais revolucionários do presente são facilmente recuperados e mercadificados pelo capitalismo logo em seguida. Contestava-se toda a cultura e não somente a forma de fazer política.

Tais transformações na cena política mundial trouxeram consequências diretas para uma área que desenvolve todas as suas atividades tendo como objetivo maior legitimar a atuação de uma empresa ou instituição na sociedade. A profissão de Relações Públicas, é preciso não esquecer, nasceu devido a todo um processo de fortalecimento da sociedade civil. As Relações Públicas nasceram nos EUA no final do século XIX, diante de um contexto político e econômico bem específico. Em 1871, os Estados Unidos já contavam com três traduções do Manifesto Comunista, no qual havia uma clara proposta de conscientização e desenvolvimento intelectual da classe operária visando a tão sonhada emancipação dos trabalhadores. Para isso, era necessário divulgar amplamente tais idéias na sociedade, fazendo uso, inclusive, da publicidade – uma das estratégias bem conhecidas dos comunistas à época. Desta forma, a sociedade americana assiste a todo um fortalecimento dos movimentos operários naquele país. Estes se empenhavam duramente em mobilizar a opinião pública contra os grandes monopólios, os patrões de direito divino, os salários de fome, as condições desumanas de trabalho, a repressão sanguinária às greves e o desrespeito dos empresários com os interesses públicos. Não podemos esquecer que o jornalismo de denúncia tornou-se forte diante desse estado de coisas, fazendo com que a opinião pública passasse a ganhar cada vez mais expressão e poder.

É graças a esse fortalecimento da opinião pública que as Relações Públicas surgem como profissão. Ela torna-se essencial quando as estruturas anacrônicas do lucro pelo lucro, da sonegação de impostos, do desrespeito aos interesses públicos começam a tornar-se superadas em favor da valorização do empregado, do pleno exercício da cidadania e da mobilização em favor dos interesses e necessidades das sociedades. A organização da sociedade civil, com o conseqüente fortalecimento da opinião pública e do grau de politização dos povos, sempre figurou como pressuposto essencial para o desenvolvimento e a aceitação das Relações Públicas como profissão.

E o que podemos antever para essa atividade profissional quando nos percebemos diante de uma crise na esfera política, pelo menos da forma como concebíamos a política até então? Fim da história, fim do social, fim do real a favor do virtual, etc, é o que presenciamos freqüentemente em muitos discursos contemporâneos. Viveríamos, em plena “geração X”, numa anomia, num caos indiscernível, no qual imperaria uma tendência de rejeição às leis e a toda e qualquer norma e organização? E se soçobraram os pilares que sustentavam a política clássica, como lidar com aquilo que sempre designamos como sendo opinião pública? Ao nos depararmos com essas questões percebemos que o que está em redefinição e questionamento é a própria função da profissão de Relações Públicas. Quando a opinião pública é vista como sucumbindo diante da cultura do espetáculo, diante da estetização da política, qual passa a ser a verdadeira função do profissional de R.P., uma atividade que tem como princípio informar e dialogar com seus públicos, trabalhando com a verdade?

Entendemos a sociedade civil como o resultado do exercício da cidadania, dos processos democráticos de gestão, da participação e debate dos cidadãos que, juntos, objetivam chegar a um consenso como produto final do diálogo, do questionamento, da reflexão, da crítica e da livre expressão de idéias. Diante de tal assertiva, quais as transformações que a nossa contemporaneidade tem produzido nesses conceitos? Fala-se hoje que a crítica e a reflexão, bem como a participação política, tendem a ceder lugar à mera estetização; segundo alguns, tudo parece querer transformar-se em espetáculo, em sedução. As novas formas de controle não se dariam mais por coação, mas por sedução. Assim, acabamos elegendo o “presidente da televisão”, aquele que melhor sabe utilizar estratégias de marketing, usando mão das mais diferentes performances midiáticas.

Nesta tão mencionada sociedade do espetáculo, as Relações Públicas não estariam na iminência de sofrer um duro retrocesso? Não estaríamos diante da ameaça de retornar à pior fase dessa profissão, quando havia farta instrumentação da atividade visando apenas a construção – inverídica e falaciosa – de uma imagem favorável a uma empresa ou organização?

A época em que vivemos é, por muitos, acusada de não tornar politicamente inteligível um determinado acontecimento ou fato, mas antes se esforça por meramente mostrar sua imagem, proporcionando sua extrema visibilidade. Tal concepção aposta no declínio da crítica e da reflexão, tão caras e essenciais ao pensamento, a favor da performance, do espetáculo, da mera exposição midiática de forma sedutora e efêmera. Para esta forma de interpretar nossa contemporaneidade, importa ser noticiado e exibido pelos canais da mídia, a história perde sua pretensão de verdade para fragmentar-se em conformidade com múltipla e variada pauta dos meios de comunicação. O acontecimento começa a depender de sua veiculação em massa para adquirir *status* de “verdade” histórica.

Gostaríamos de nos situar longe dos excessos de uma visão por demais pessimista, que concebe os receptores da comunicação como uma caixa vazia, mas também igualmente distantes de um otimismo acrítico, que aposta na atuação sempre ativa dos destinatários das mensagens comunicativas, olvidando, muitas vezes, a existência de um trabalho de modelagem subjetiva elaborado pelo capitalismo hodierno. Discordamos que a vida social seja capaz de ser organizada ou gerida por inteiro, contudo, não podemos deixar de admitir a existência de um projeto de “produção de um real próprio por parte dos circuitos ultramodernos de comunicação”<sup>1</sup>. Tal projeto não deve, contudo, ser subestimado no que diz respeito aos efeitos que é capaz de produzir. Sob este aspecto, é necessário pensar, de forma crítica, a atuação do profissional de Relações Públicas, uma vez que este vai trabalhar com a opinião pública através dos meios de comunicação de massa.

## **2 O nascimento da profissão diante do fortalecimento da sociedade civil e o novo reordenamento micropolítico**

Não podemos esquecer que as Relações Públicas se consolidaram como profissão na década de quarenta, nos EUA, devido à política do *New Deal* do governo de Franklin Roosevelt – época em que

a opinião pública foi considerada prioridade máxima do governo americano. Legalização dos sindicatos, diminuição da jornada de trabalho para oito horas diárias, direito de greve, proibição do trabalho de menores, legislação antitruste, conferências à imprensa, programas radiofônicos de esclarecimento de políticas do governo à população foram apenas alguns exemplos da orientação democrática e dialógica do governo norte-americano. Foi nessa época que surgiram os primeiros cursos regulares de Relações Públicas, pois diálogo, informação, consenso, entendimento e negociação estavam na ordem do dia.

Diante dessa panorâmica, percebemos que a opinião pública é acusada de tornar-se cada vez mais psicologizada, correndo o risco de se tornar mera somatória de atitudes e crenças individuais, prescindindo da discussão, do debate, do consenso que só os fóruns políticos são capazes de produzir. Ora, se as Relações Públicas necessitam fundamentalmente de uma pressão política da sociedade civil organizada para existir, nos perguntamos onde residem, hoje, os *lobbies*, as pressões sociais capazes de exigir das organizações seu compromisso e função social? Os sindicatos, os partidos políticos, as associações civis encontram-se atualmente em declínio, uma vez que se deparam, cada vez mais, com os valores contemporâneos do capitalismo, tais como a performance e a produtividade máxima (tão bem traduzidas nos modelos de qualidade total aplicados às empresas), que acabam por enfraquecer os movimentos sindicais em decorrência do desemprego que produzem. Desta forma, onde se encontra, atualmente, a força política por excelência, capaz de exigir das empresas sua responsabilidade social, seu compromisso com o público consumidor, com seus empregados, com o meio ambiente? Enfim, como justificar, em nossos dias, a necessidade de prestar contas à opinião pública?

O capitalismo, na sua versão contemporânea, caracteriza-se pela flexibilidade, pela fragmentação, pelos mecanismos e instrumentos cada vez mais aperfeiçoados e desenvolvidos no sentido de tudo tentar submeter à sua axiomática. Esse esforço trabalha no sentido de fragmentar a vida social, o coletivo político, os grupamentos sociais que possuem uma identidade de classe, etc. A meta é esfacelar o coletivo capaz de organizar-se segundo critérios e interesses políticos, para em seu lugar oferecer grupos efêmeros, em grande parte reféns do consumo, delineados a partir de uma estética do espetáculo – surgem daí as famosas “tribos”, agregadas pelo prazer de estar junto, pela quantida-

de de prazer possível de ser obtida a partir do compartilhamento de experiências coletivas altamente móveis e temporárias.

O que queremos elucidar, enfim, é o que podemos antever como futuro para o profissional de Relações Públicas. Felizmente, mesmo se os Estados-Nação entrarem em franco declínio, mesmo se as esferas públicas de participação política virem-se em crise e se a opinião pública encontrar-se ameaçada de transformar-se no mero resultado de pesquisas plebiscitárias, a sociedade civil continuará, ainda, a expressar-se por meio dos movimentos sociais independentes do Estado e das instituições políticas tradicionais. São as organizações não-governamentais, as associações de classe, os grupos de minorias, os ambientalistas, os grupos de defesa dos direitos humanos, etc. Em nossos tempos atuais, a política migra para esses movimentos sociais de demanda especializada. São essas entidades que hoje cobram do governo e das organizações medidas e ações que promovam o bem-estar, o desenvolvimento social e a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Contudo devemos também observar que tais organismos não estão completamente livres de serem manipulados e instrumentalizados com o objetivo de servirem a interesses escusos, algo sempre possível de ocorrer em todo tipo de organização social, ainda mais se levarmos em consideração as modernas formas de recuperação das iniciativas que contrariem interesses econômicos hegemônicos.

Esse "reordenamento micropolítico" da sociedade globalizada outorga um poder de interferência muito grande a esses grupos minoritários. Prova disso é a atual legislação brasileira que conta com um projeto de lei criando o Balanço Social das empresas, impondo-lhes deveres sociais bem específicos, que vão desde o seu compromisso com a preservação do meio ambiente até a percentagem de mulheres em seus cargos de chefia. Some-se a isso a atual discussão sobre o assédio sexual no ambiente de trabalho, que já conta com um projeto de lei em tramitação sobre essa questão; também já se discute na esfera governamental, propostas para o estabelecimento de quotas reservadas para o ingresso de negros nas universidades e nas instituições públicas.

Esse reordenamento da sociedade produz conseqüências diretas na iniciativa privada e no dia-a-dia das empresas. Nos EUA, por exemplo, situações de abuso e discriminação dos negros no ambiente de trabalho têm gerado indenizações milionárias. Algumas empresas ameri-

canas também já estão estendendo seus benefícios aos companheiros de seus funcionários homossexuais. Isso sem falar dos investimentos que as organizações desde há muito vêm direcionando, nas comunidades onde atuam, para a área da cultura, da saúde pública, do saneamento, da assistência social, do esporte e da educação.

Toda essa nova configuração política já está sendo denominada de *terceiro setor*, um novo segmento, para além do Estado e da iniciativa privada, que está gerando um número considerável de experiências comunitárias estruturadas a partir de iniciativas dos próprios cidadãos. Tal estado de coisas já está começando a modificar o comportamento dos conglomerados industriais, levando-os a priorizar investimentos na área socioambiental, como as iniciativas que visam proteger o meio ambiente ou impedir a exploração da mão-de-obra infantil. Até mesmo porque tais esforços em muito necessitam da ajuda e do apoio de organizações e empresas para levar adiante seus projetos de desenvolvimento comunitário, mesmo sendo estes concebidos e efetivados por iniciativa dos cidadãos.

### 3 O novo perfil da profissão de Relações Públicas

Essa nova configuração política exige o delineamento de todo um novo perfil para o profissional de Relações Públicas. Este deve estar capacitado a desenvolver programas sociais que atendam às organizações do terceiro setor. Deve possuir a habilidade de inserir aspectos sociais, étnicos, ambientais e minoritários nas diretrizes e políticas das organizações. O mundo globalizado faz com que essa nova postura esteja na pauta do dia das organizações. Numa sociedade global, na qual o acontecimento local tem alcance mundial imediato (*on line*), a concepção de “empresa”, bem como a sua relação como interesse público, vem sofrendo uma completa releitura, que determinará até mesmo a própria sobrevivência das organizações. A empresa hoje é impelida a adquirir uma consciência maior de seu papel social e de sua quota de responsabilidade no desenvolvimento e promoção social da comunidade na qual está inserida. Descobre que sua legitimação deve passar pelo dever de contribuir para a melhoria do nível de vida da sociedade, mediante a implementação de projetos comunitários em áreas como meio ambiente, saúde, direitos humanos e educação.

Esse enfoque revela a função primordial das Relações Públicas num mundo globalizado: sua função política. Conforme a concepção

de Porto Simões<sup>2</sup>, a profissão de RP possui, mais do que nunca, o papel de administrar de forma criteriosa todo o processo de comunicação organizacional por intermédio de um trabalho de planejamento que contemple o estudo dos públicos, as ações de comunicação a serem adotadas, a utilização dos instrumentos de comunicação mais adequados etc. Enfim, um profissional voltado para a tarefa de legitimar a organização junto à opinião pública, o que confirma a função do Relações Públicas como a de um verdadeiro gestor da comunicação. Cabe a esse profissional traçar todo o planejamento estratégico da comunicação na organização, levando em consideração as demandas de seus públicos, que são passíveis de ser conhecidas a partir da execução de um trabalho de diagnóstico.

Tal função política se faz bastante perceptível diante do processo de globalização, pois este exige uma completa reavaliação do papel das organizações na sociedade contemporânea. Hoje, a organização, enquanto unidade social, tem uma responsabilidade que transcende em muito a mera função, atualmente obsoleta, de fonte geradora de lucros. E não basta que tais procedimentos ocorram em países do primeiro mundo. Em nossa atual “aldeia global”, um acidente ocorrido em Bhopal, na Índia – como o vazamento de gás nocivo à população, causado pela multinacional Union Carbide, em julho de 1987 –, é capaz de repercutir dentro de poucas horas em Nova Iorque, tornando-se um acontecimento fartamente veiculado pela mídia internacional, com conseqüências desastrosas no que diz respeito tanto ao aspecto financeiro como à própria imagem da empresa.

É justamente esse terceiro setor que hoje faz do profissional de Relações Públicas uma peça-chave para a sobrevivência das organizações em um mundo globalizado. Tais movimentos sociais têm atualmente a força de exercer forte pressão para que as organizações assumam seu papel social. É mediante políticas voltadas para a esfera social que as organizações alcançarão sua legitimidade diante da sociedade contemporânea. É preciso frisar que tal postura excede, em muito, o mero marketing social. O objetivo de investir em programas comunitários vai muito mais além do que a simples propaganda, até porque tais investimentos produzem um sem número de benefícios indiretos.

A Shell americana, por exemplo, mantém um programa comunitário visando construir floreiras em prédios de população de baixa renda em Houston, no Texas. As lojas Noah's dispensam seus funcionários

durante um dia para trabalharem pintando abrigos para pobres. Outras empresas já estabeleceram iniciativas similares, objetivando construir casas e reformar escolas para populações carentes. Tal postura é recebida de forma favorável pelo mercado consumidor norte-americano, pois pesquisas indicam que a maioria dos consumidores é capaz de começar a adquirir produtos de outras marcas, caso saibam que as empresas fabricantes estão envolvidas com programas comunitários. Outras análises também já detectaram que funcionários que participam de programas de trabalho voluntário acabam se tornando mais produtivos, uma vez que se sentem mais realizados e motivados, a partir de suas iniciativas de ajuda social. O próprio jornal USA Today noticiou que “os acionistas raramente se queixam desses programas voluntários. Eles sabem que as boas obras são lembradas não apenas pelos consumidores, mas também pelas autoridades. Assim, por exemplo, a boa imagem de uma empresa que mantém um programa de alfabetização para crianças de minorias étnicas pode ser útil no caso de um processo judicial por discriminação racial”<sup>3</sup>.

Esse terceiro setor representará, em uma época em que tanto se proclama o fim da política, a forma mais exemplar de como a sociedade do futuro se manifestará no sentido de cobrar das organizações a atenção e o empenho em solucionar os problemas sociais das comunidades onde atuam. Numa época onde o Estado-Nação se enfraquece, será por intermédio desses movimentos sociais de demanda específica que a população exigirá seus direitos, pressionará organizações inescrupulosas e garantirá a observância às legislações trabalhistas dos diversos países. Desta forma, podemos perceber que a função política das Relações Públicas não entra em declínio; muito pelo contrário, passa a ser exercida em toda sua plenitude. Muito ainda se exigirá do profissional dessa área, tanto no que se refere à consciência ecológica e social, ao respeito às diferenças (étnicas, sexuais, ideológicas) quanto à observância dos direitos humanos e à valorização do sentimento de igualdade e participação coletiva. Assistimos a um despertar das comunidades no que diz respeito à responsabilidade social das empresas, que doravante terão o papel de suprir o que os Estados, em crise, não conseguem mais garantir ou fomentar.

Essa visão social do funcionamento das organizações exigirá, mais do que nunca, todo um redimensionamento da atuação do profissional de Relações Públicas. Não mais somente uma formação que contemple técnicas de comunicação, métodos de organização e administra-

ção, mas também uma forte e sólida formação política e social. As Relações Públicas, nas próximas décadas, possuirão uma função muito mais política do que hoje. Ao Relações Públicas será facultada a missão de interagir entre comunidades e empresa, detectando necessidades e alternativas de desenvolvimento social e econômico das populações, propondo e desenvolvendo formas de solucionar problemas sociais, articulando o apoio e promovendo a elaboração de projetos que visem erradicar carências sociais de todo tipo. É de se esperar que tal profissão conheça uma valorização sem precedentes, pois será peça-chave para a sobrevivência e adequação dessa nova disposição econômica e social, que reestruturará e redefinirá todo o papel do Estado e das organizações diante das sociedades. As Relações Públicas deverão assessorar, cada vez mais, a alta direção das empresas no que diz respeito ao desenvolvimento de projetos comunitários, campanhas de preservação da natureza, planejamento de recursos humanos que atenda às especificidades e exigências dos diferentes grupos sociais.

É justamente essa nova forma de articulação política que irá produzir, na sociedade, uma maior demanda por profissionais da área de Relações Públicas. Muito se especulou a respeito do fim da política em decorrência da estetização da cultura, da espetacularização da sociedade, quando os fóruns políticos cederiam lugar às estratégias de marketing, às prerrogativas da mera construção e veiculação de performances midiáticas. Não, mesmo considerando as tentativas de persuasão e controle via *mass media*, a sociedade civil organiza-se agora de outras maneiras, optando por modelos descentralizados, fragmentados, desvinculados da política centralizada, das grandes esferas "oficiais" da antiga política institucionalizada, tão exemplarmente representada pelos sindicatos, pelos partidos, pelo parlamento etc.

Por isso é que hoje se torna muito mais necessário contar com a atuação do Relações Públicas nas organizações. A política de comunicação das instituições precisa mais do que nunca conhecer a opinião, as tendências, os anseios e as reivindicações de múltiplos e variados "segmentos sociais", que agora se organizam de forma peculiar para atuar como grupo político, em busca da defesa e salvaguarda de suas idéias e interesses. O mundo globalizado reservou-nos esse importante e essencial papel. Quando as fronteiras se dissolvem em meio à comunicação e veiculação de mensagens em tempo real, na mais avançada forma de propagação imediata e instantânea dos conteúdos

mediáticos, começa a exigência e a procura por um profissional possuidor de uma formação ampla, diversificada, transdisciplinar, estratégica, capaz de traduzir e auscultar reivindicações de grupos e associações as mais díspares e diversificadas possíveis.

Nessa hora, importa estar aberto às mais diferentes formas de cooperação e associação. Para isso, no entanto, torna-se necessário deter o conhecimento das diferentes técnicas voltadas à promoção e implantação de projetos que privilegiem experiências e atividades comunitárias direcionadas aos múltiplos "microgrupos" que atualmente interagem com as organizações<sup>4</sup>. São eles que, hoje, detêm a força para legitimar o funcionamento de toda e qualquer instituição diante da sociedade. O consumo passa, na atualidade, pela responsabilidade social das empresas; a demanda por determinado produto ou serviço tende, de forma crescente, a ser diretamente proporcional aos investimentos sociais que de alguma forma gerem benefícios e ganhos à sociedade.

#### Abstract

Our present era, strongly influenced by the globalization process, asks for a complete redefinition of the function of Public Relations; this activity must answer to new kinds of political pressure which differ from classical ways of representativity as political entities, parliaments, corporations and unions. And now the so called "third group" comes up, showing a particular way of interaction with the public opinion - the main principle of Public Relations.

*Keywords:* public relations, globalization, public opinion, political.

#### Notas

1. Cf. SODRÉ, Muniz. *A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. S. Paulo: Cortez, 1990, p 33.

2. Cf. SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas: função política*. S. Paulo: Summus, 1995, pp. 101 a 130.

3. Cf. *Jornal Folha de S. Paulo*, pág 1-19, 29 de abril de 1997.

4. Cf. MELO NETO, Francisco Paulo & FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. pp. 02 a 29.

#### Referências

BAUDRILLARD, Jean. *A transparência do mal: ensaio sobre fenômenos extremos*. Campinas: Papirus, 1992.

- \_\_\_\_\_. *A ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos*. Lisboa: Terramar, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. O assassinato do mundo real. *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 abr. 1995. Entrevista concedida a Helena Celestino.
- DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Ed. 34 Letras, 1992.
- GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: Ed. 34 Letras, 1992.
- GUATTARI, Félix; SUELI, Rolnik. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1994.
- MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas: função política*. São Paulo: Summus, 1995.
- SODRÉ, Muniz. *A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. São Paulo: Cortez, 1990.
- VIRILIO, Paul. *Espaço crítico*. Rio de Janeiro: Ed. 34 Letras, 1993.