

A perspectiva do Relações-Públicas na Associação de Deficientes e Familiares - ASDEF¹

Emanoel Maia GERMANO²

Georgia MENESES³

Manuelle MACÊDO⁴

Andréa Karinne ALBUQUERQUE⁵

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Este artigo trata-se da visão do profissional de Relações Públicas no terceiro setor, especificamente na Associação de Deficientes e Familiares (ASDEF) localizada na cidade de João Pessoa - PB. Através de um estudo teórico detalhado, por meio de uma pesquisa bibliográfica, tem-se como o objetivo embasar como a prática profissional do Relações Públicas pode contribuir para as organizações não governamentais, através de um bom planejamento e estratégias que consigam sanar as dificuldades encontradas no âmbito da comunicação organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: ASDEF; Terceiro Setor; Comunicação Organizacional; Relações Públicas.

1 INTRODUÇÃO

As Relações Públicas associam-se ao Terceiro Setor enquanto uma atividade profissional que busca alcançar o entendimento entre os públicos através da conscientização. As organizações não governamentais necessitam da contribuição de diversos setores da sociedade para que possam atingir os seus objetivos, e o profissional de Relações Públicas pode colaborar de maneira estratégica para que isso aconteça.

A relação entre esse profissional e o Terceiro Setor torna-se muito pertinente para corroborar com questões voltadas para o desenvolvimento social, propostas pelo setor,

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Aluno líder do grupo. Graduado em Comunicação Social – RP, UFPB, email: emanoelgermano@live.com.

³ Graduada em Comunicação Social – RP, UFPB, email: duartegeorgia@live.com.

⁴ Graduada em Comunicação Social – RP, UFPB, email: manuelle-macedo@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, UFPB, Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas, email: andreakarinne@gmail.com.

assim como é uma oportunidade de atuação profissional na qual é possível executar o papel educador das Relações Públicas.

A comunicação organizacional em conjunto com o planejamento estratégico, conduzidos da maneira correta, podem trazer resultados enriquecedores para as ONGs. Por meio da elaboração e execução de instrumentos de comunicação dirigida, como campanhas por exemplo, a organização promove a causa que possui, atinge seus públicos e também se desenvolve.

Desse modo, ao longo deste artigo será discutido como se estabelece essa relação, tomando como exemplo uma organização do terceiro setor, a ASDEF, afim de verificar e refletir em que se debruça as atividades de Relações Públicas nesse segmento da sociedade.

2 O TERCEIRO SETOR

O Terceiro Setor surgiu a partir da divisão da sociedade em três setores: o Primeiro Setor, formado pelas organizações públicas, de responsabilidade do Estado; o Segundo, no qual as empresas privadas estão inseridas; e o Terceiro Setor, relacionado às organizações não públicas e não lucrativas, como as associações, organizações não governamentais, fundações privadas, entre outras.

Este setor consiste em organizações cujos objetivos principais são sociais, em vez de econômicos. A essência do setor engloba instituições de caridade, organizações religiosas, entidades voltadas para as artes, organizações comunitárias, sindicatos, associações profissionais, e outras organizações voluntárias. (HUDSON, 1999, p. XI)

A expressão “organizações da sociedade civil” é utilizada para representar um “conjunto de instituições que se distingue do Estado – embora promova direitos coletivos – e do mercado” (ALBUQUERQUE, 2006, p.19); e através disso, podemos encontrar uma nova denominação para o conceito de Terceiro Setor, uma vez que é possível atribuir à sociedade civil, pelas mais variadas motivações, a iniciativa de atender às parcelas dos públicos que possuem necessidades não atendidas pelo Governo e pelo empresariado.

No Terceiro Setor, por não haver lucro esperado das suas atividades, o compromisso com as causas sociais se revelam como um fator suficientemente forte para o engajamento de pessoas que são solidárias as necessidades do outro, desejam ajudar em suas lutas e assim provocar uma transformação na realidade. É importante perceber que esse é um modo de contribuir ativamente para que todos possam exercer a sua cidadania, promovendo conquistas que visam transformar a sociedade em um ambiente mais igualitário, onde as diferenças sejam respeitadas e os direitos garantidos.

O surgimento do Terceiro Setor no Brasil aconteceu, de fato, anteriormente ao surgimento do Governo e das empresas. Em sua fase inicial, ele estava relacionado a ações de caridade que as igrejas, hospitais e orfanatos realizavam. As primeiras associações filantrópicas e de assistência social, inclusive, estavam ligadas à igreja, em uma época que perpassa o Descobrimento do Brasil e vai até o século XVIII. Durante todo esse período, a associação entre Igreja e Estado era muito forte no que concerne às iniciativas sociais, ela perdurou até o momento em que a constituição de 1891 foi promulgada, e com isso ocorreu a separação entre Estado e Igreja.

A partir da década de 1930, com as novas necessidades da população brasileira, trazidas pelo desenvolvimento do país, a chegada das indústrias, a consolidação da economia de mercado, entre outras mudanças, algumas organizações da sociedade civil começaram a surgir, muitas delas vinculadas ao Estado (RELATÓRIO GESET, 2001, p. 7).

Durante a Era Vargas – e o Estado Novo fundado por ele -, a passagem dos militares pelo Governo e o estabelecimento do regime democrático no País, o Terceiro Setor foi ganhando novos contornos, os movimentos sociais foram se revelando e uma consciência política e social pôde ser vista e vivida a partir desses anos de centralização do poder, autoritarismo, censura e posterior liberdade política. Desse modo, foi intensificada a atuação das organizações não governamentais, “cujo número elevou-se rapidamente em face do crescimento das dificuldades socioeconômicas experimentadas pelo Brasil” (RELATÓRIO GESET, 2001, p. 7).

A partir desse contexto, sobre a década de 1990, afirma Gohn (2000, p. 51):

Nos anos 90, importa menos a presença de movimentos sociais como estruturas específicas, e importam mais as novas instituições, os novos quadros de pessoal, a nova mentalidade sobre a coisa pública; em suma, importa mais a nova cultura política gerada.

Essa nova “cultura política” citada por Gohn está refletida na atual conjuntura em que o Terceiro Setor se encontra no Brasil, na qual o suprimento das demandas daqueles que dependem dele possui uma importância essencial, já que os seus direitos e garantias fundamentais precisam ser considerados e não mais ignorados socialmente e politicamente. A conscientização da população, neste caso, acontece na medida em que ocorrem as conquistas desse segmento.

3 A PESSOA COM DEFICIÊNCIA

A pluralidade é um fator que pode ser observado na sociedade. As pessoas que fazem parte dela possuem características, sentimentos, opiniões e pensamentos distintos. Assim, percebe-se o quanto a diversidade está presente no âmbito social e desempenha um papel importante. As pessoas com deficiência, seja de caráter físico, mental, visual ou auditivo, mostram-se como uma expressão da diversidade. Contudo, muitas vezes, são tratadas com de forma excludente pela sociedade, que impõe barreiras a elas.

É em relação ao meio onde vive a pessoa, à sua situação individual e à atitude da sociedade, que uma condição é ou não considerada uma deficiência, uma vez que os problemas que assim a caracterizam decorrem das respostas da pessoa às exigências do meio. Considerando-se que, em decorrência dos fatores hereditários e ambientais, não há sequer duas pessoas exatamente idênticas, embora em sua essência todos os seres humanos sejam iguais, é natural que as respostas a estas exigências variem de acordo com as condições individuais de cada pessoa. (MAZZOTA, 1982, p.14)

A partir da visão dos indivíduos com relação à pessoa com deficiência, esta é encarada como diferente, pois suas características físicas são destacadas e ligadas às restrições. Porém, é necessário observar que tais barreiras não possuem conexão com algum

impedimento de característica física ou mental e sim com dificuldades impostas pelo contexto social.

Contudo, ações foram e estão sendo criadas para proporcionar a inclusão social dessas pessoas no âmbito cultural, econômico e principalmente trabalhista. Este último é bastante relevante, pois a inserção da pessoa com deficiência no mercado de trabalho é uma das muitas conquistas já alcançadas.

A inclusão social é o processo pelo qual a sociedade se adapta para poder incluir, em seus sistemas sociais gerais, pessoas com necessidades especiais e, simultaneamente, estas se preparam para assumir seus papéis na sociedade. Cabe, portanto, às empresas eliminar todas as barreiras físicas, programáticas e atitudinais para que as pessoas com necessidades especiais possam ter acesso ao mundo do trabalho e assim desenvolver-se pessoal, social, educacional e profissionalmente. (SASSAKI, 1997, p. 41)

O mercado de trabalho proporciona o desenvolvimento do indivíduo, fazendo com que possa se aprimorar. A pessoa com deficiência a cada dia busca por melhorias em sua qualidade de vida e modos de ingressar no mercado de trabalho, por diferentes formas.

Uma destas formas é a procura individual, através da qual a pessoa com deficiência recorre às empresas, aos centros de recrutamento ou outros órgãos destinados à seleção de profissionais. Outra forma é buscar de entidades que oferecem cursos profissionalizantes especializados. Geralmente ligado a empresas de grande porte que absorvem os melhores profissionais ali preparados. Uma terceira forma é através das Associações de "Deficientes", as quais lutam, junto à comunidade empresarial, para obtenção de vagas nos diferentes setores de produção. (CARMO, 1997, p.68)

As associações exercem um importante papel para o crescimento da pessoa com deficiência. A Asdef é um exemplo de uma organização que procura habilitar e inserir estas pessoas no mercado de trabalho.

Outro fator a se destacar é a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, observando o art. 93º, que estabelece cotas que as empresas devem cumprir para a pessoa com deficiência. Afirma que: “A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência[...]”

As conquistas legais alcançadas pelas pessoas com deficiência vão além do âmbito trabalhista. O decreto Nº 3.298, de 2 de dezembro de 1999 é um exemplo, em seu art. nº 2 diz:

Cabe aos órgãos e às entidades do Poder Público assegurar à pessoa portadora de deficiência o pleno exercício de seus direitos básicos, inclusive dos direitos à educação, à saúde, ao trabalho, ao desporto, ao turismo, ao lazer, à previdência social, à assistência social, ao transporte, à edificação pública, à habitação, à cultura, ao amparo à infância e à maternidade, e de outros que, decorrentes da Constituição e das leis, propiciem seu bem-estar pessoal, social e econômico.

Por meio deste decreto, foi determinada a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência e através dela foi percebido quais direitos são assegurados à pessoa com deficiência, tornando-se de grande relevância a sua inclusão em diversos meios da sociedade.

Por isso, o terceiro setor desempenha uma função muito importante com relação à causa. Através da defesa dos direitos da pessoa com deficiência, procura consolidar os seus valores sociais por meio de ações de inclusão, além de, proporcionar a conscientização para a sociedade.

4 RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

As organizações estão inseridas em um cenário que vem mudando a cada dia e assim faz-se necessário aprimorar a sua comunicação. As Relações Públicas apresentam um papel importante nesse contexto, pois proporcionam uma visão mais profunda do mercado, em conjunto com a Comunicação Organizacional.

Kunsch (2003, p. 149) conceitua Comunicação Organizacional, ressaltando que “é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre organização e seus diversos públicos”.

É importante observar que a Comunicação Organizacional possibilita a circulação e a troca de informações relevantes entre os diversos níveis organizacionais, além de

objetivar o constante diálogo com o público externo, tudo isso por meio de canais de comunicação adequados. Trata-se de um processo contínuo que proporciona um conhecimento mais abrangente da organização, agregando valores a ela.

O papel do profissional de Relações Públicas é de bastante relevância e este é destacado por Vieira (2004, p.26): “[...] conhecem o negócio e sabem qual a missão, visão, as crenças, as políticas da empresa, possibilitando comunicação mais eficaz, por estarem envolvidos nos processos organizacionais”. O conhecimento que este profissional possui é muito amplo e trabalhando em conjunto com a Comunicação Organizacional pode trazer resultados positivos para as empresas.

Outro fator importante é a questão da relação entre organização e seus públicos, e a premissa das Relações Públicas é gerenciar tal relacionamento. É necessário para toda e qualquer organização que deseja ser bem sucedida no mercado conhecer profundamente os seus públicos, os quais estão cada vez mais exigentes. A partir do mapeamento e estudo de suas características, o profissional de Relações Públicas poderá entender as suas necessidades e direcionar a comunicação de maneira a atendê-las.

Do ponto de vista estratégico, a manutenção de um bom relacionamento com os públicos é relevante, pois a opinião pública afeta diretamente as organizações. O que um determinado público pensa, sobre uma empresa, poderá fazer com que ela cresça ou entre em crise. “De forma sintética, pode-se dizer que a opinião pública, partindo da credibilidade que lhe suscite uma organização, a ela confere legitimização necessária para a sua sobrevivência.” (Vieira, 2004, p. 37). É imprescindível que toda a comunicação seja realizada de forma bilateral com o objetivo de alcançar a compreensão mútua. Dessa forma, uma organização que informa frequentemente seus públicos sobre as ações que desenvolve construirá um diferencial no mercado.

Assim, pode-se perceber que a conexão estabelecida entre Relações Públicas e a Comunicação Organizacional mostra a existência de uma relação de interdependência. Ao trabalhar a comunicação nas organizações, através do relacionamento com os diversos públicos, por meio do planejamento, procurará a partir das mudanças, criar novas formas de comunicação, com o intuito de desenvolver tanto a organização quanto a sociedade.

O profissional de Relações Públicas é o mais capacitado para gerenciar a relação entre os interesses das organizações e a sociedade. Na esfera do terceiro setor, essa relação se constituirá com o objetivo de tornar a organização bem aceita, o que garantirá, dessa forma, benefícios e resultados positivos à ela. Assim, o profissional de relações públicas contribui para:

Obter-se interesse favorável em uma instituição e/ou em seus programas, difundindo notícias significativas sobre os mesmos em publicações ou obtendo divulgação gratuita em rádio, televisão ou outras mídias. Os profissionais de relações públicas se veem como responsáveis ou aperfeiçoadores da imagem da instituição. (TARGINO, 2008, p.3)

As organizações do terceiro setor precisam criar vínculos sólidos com a sociedade, para facilitar a captação de recursos que sustentará a organização. Em troca, essa organização devolve a sociedade a sua contribuição para o desenvolvimento humano. Sendo assim, é necessário elaborar atividades planejadas estrategicamente.

Pode-se enxergar o trabalho que a ASDEF desenvolve, de capacitação e garantia de direito das pessoas com deficiência, como uma atividade transformadora, ao incluir o profissional de Relações Públicas nesse trabalho, estará ele inserido, no âmbito das Relações Públicas Populares, elas

Dizem respeito à questão da apropriação pela classe trabalhadora de instrumentos que possam auxiliá-la no processo de conquista de sua cidadania em plenitude. É questão de compromisso político, de relação orgânica com a classe trabalhadora. É questão de compromisso filosófico com a capacidade e crescimento integral do homem e da espécie humana. (PERUZZO, 1989).

Assim, o trabalho da ASDEF ao ser disseminado desconstrói preconceitos com relação à pessoa com deficiência. Logo, o relações públicas faz a ponte entre o compromisso que a ASDEF assume, dando-lhe a devida relevância, ao passo que viabiliza transformações positivas na sociedade.

Numa perspectiva mais hodierna, Peruzzo (2013) reforça as atribuições do RP no terceiro setor:

As manifestações comunicacionais nesse universo se configuram a partir de um conjunto de premissas e atividades com vistas a mobilizar e efetivar mudanças reais na vida de pessoas e, por outro lado, posicionar e facilitar o relacionamento desses atores junto a seus públicos e à sociedade, no âmbito geral. (PERUZZO, 2013, p.104)

Dessa forma, o relações públicas utiliza técnicas para desenvolver seu trabalho. Essas técnicas têm por base o Planejamento e os Instrumentos Dirigidos aos Públicos que são os principais diferenciais do profissional.

4.1 Planejamento

No planejamento de Relações Públicas se apresentará todas as ações desenvolvidas num determinado período de tempo, atribuindo-as aos problemas que forem encontrados, tendo como objetivo resolvê-los. Mas, é necessário estabelecer alguns critérios para a elaboração de um planejamento ideal, Waldyr Gutierrez Fortes apresenta seis pontos para pressupor a atividade de planejar:

- objetividade: origina todas as outras tarefas, sendo a primeira análise daquilo que se quer, de acordo com os objetivos gerais da empresa;
- exequibilidade: possibilidade de se fazer, conjugando o bom senso auxiliado pela informação, envolvendo a pesquisa e as discussões com os grupos;
- precisão: o somatório dos resultados anteriores fornece os parâmetros dos resultados concretos do planejamento, medindo o produto final;
- unidade: é o fator determinante entre os componentes do planejamento, que faz com que suas etapas se identifiquem com as características do próprio planejamento, quando as suas várias atividades devem estar voltadas para a unidade, mantendo o equilíbrio;
- flexibilidade: permite à equipe de planejamento movimentar-se em diversas áreas e, sendo flexível, é adaptável para se lidar com fatores não padronizados;
- síntese e especificidade: resultado final do que foi realizado, demonstrando as soluções ou medidas recomendadas (FORTES, 2003, p. 47)

Uma vez a problemática identificada, tem-se que planejar o que será realizado para solucionar aquela questão. É necessário um diagnóstico para indicar os problemas, então se seleciona o melhor recurso que será usado a fim de saná-los da melhor forma possível. É comum que se desenvolva um planejamento participativo, a partir da problematização, elaboram-se ações juntamente com os públicos envolvidos, dividindo as ações entre seus participantes. Dessa forma, deseja-se contemplar, com mais efetividade, as ações em consonância com os problemas diagnosticados e seus devidos públicos, assim todo o setor de comunicação deve participar do planejamento.

A questão da função estratégica de relações públicas está intrinsecamente ligada ao planejamento e à gestão estratégica da comunicação organizacional. O setor deve atuar em conjunto com outras áreas da comunicação, numa capitalização sinérgica dos objetivos e esforços globais da organização. Trata-se de participar da gestão estratégica da organização, assessorando a direção na viabilização de sua missão e de seus valores. (KUNSCH, 2006, p.131)

Após a realização do planejamento, tem-se a fase da execução. O profissional de Relações Públicas é o responsável por implantar aquelas ações apresentadas no planejamento. Assim assegura-se que os objetivos sejam alcançados da melhor forma possível fundamentado em acompanhamento técnico, controlado e contínuo.

4.2 Instrumentos de comunicação dirigida

É necessário também o planejamento dos instrumentos de comunicação. O relações públicas lida com diversos públicos, cada um com suas especificidade, sendo assim, a utilização de instrumentos de comunicação dirigida, contribuirá de forma positiva para o processo. Tendo em vista que a ASDEF trabalha com público específico, a atividade de Relações Públicas pode contribuir de forma enriquecedora para a organização, por ela possuir instrumentos que são planejados e com objetivo direto para atingir um grupo específico.

Entre os diversos instrumentos de comunicação dirigida que o relações públicas pode utilizar, classifica-se a atividade como oral, escrita, audiovisual e aproximativa, tendo cada uma delas a sua funcionalidade (KUNSCH, 1984). Para a comunicação dirigida oral utiliza-se a conversa pessoal informal, técnicas de diálogo e reuniões de discussão, procurando registrá-los, dependendo da informalidade, a fim de avaliar com mais cautela posteriormente (KUNSCH, 1984).

Outra comunicação dirigida é a escrita, que tem grande funcionalidade para disseminação das ações na imprensa. Porém Kunsch (1984) alerta que “a comunicação escrita, reproduzida por meio de folhetos, boletins, jornais e a chamada imprensa comunitária, só se torna viável onde há um índice maior de leitura.” Logo, a ASDEF tem que se ater às adaptações, um deficiente visual, por exemplo, precisa de material em *braille* para compreender.

Já a audiovisual tem a abrangência maior “pela eficácia de suas características peculiares de comunicação, constituem excelentes meios de conscientização, por meio de projeções e posteriores debates para suscitar questionamentos, análises e avaliações” (KUNSCH, 1984). Aliás, a ASDEF tem como objetivo principal do programa de TV (Você sem Limites), a conscientização e disseminação da causa dela na população.

E por último a comunicação aproximativa, que pode ter grande valia para as organizações do terceiro setor:

A comunicação dirigida aproximativa refere-se mais à coordenação de visitas às organizações e de eventos comunitários, culturais e sociais, proporcionando um contato direto de grupos entre si e desses com outros e a sociedade em geral. Por meio de seminários, congressos, fóruns de debates e encontros planejados adequadamente, podemos chegar a bons resultados, não só mobilizando os interessados a participarem, mas também divulgando documentos, moções e a própria entidade promotora perante a opinião pública. Esses são instrumentos que podem fazer muito a serviço das entidades sociais em geral. (KUNSCH, 1984)

A ASDEF pode ver nesta vertente grande vantagem, pois a comunicação aproximativa pode fidelizar seu público, tornando-os, como o próprio nome sugere, mais

próximo. Assim, garimpando vínculos mais sólidos e relações afetuosas, que se fazem necessárias para viabilizar o trabalho de qualquer organização do terceiro setor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades de relações públicas se respaldam em planejamento para que sejam realizadas com maior precisão. É importante ressaltar que, elas atendem à questões retiradas de um diagnóstico elaborado sobre a premissa de pesquisas realizadas pelo profissional. Dessa forma, é possível apontar os instrumentos mais indicados para sanar os problemas encontrados, considerando as condições estruturais, pessoais e financeiras que a organização possui. Logo, este artigo situa o processo das relações públicas no contexto de uma organização do terceiro setor, que aqui está representada pela ASDEF.

Pode-se concluir que, a atuação do relações públicas no Terceiro Setor é essencial para imprimir um caráter estratégico na atuação das organizações, sobretudo no que tange à promoção de ações que dão visibilidade à causa que motiva a sua existência, possibilitando resultados que fomentem a sua efetividade e sustentabilidade na sociedade.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Antônio Carlos Carneiro. **Terceiro Setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL – BNDES. **Terceiro Setor e desenvolvimento social**. Disponível em http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/tsetor.pdf. Acesso em 20 mai. 2015.

BRASIL. **Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999**. Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Brasília, 20 de dezembro de 1999. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm. Acesso em 23 mai. 2015.

_____. **Lei nº. 8213, de 24 de julho de 1991.** Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Brasília, 24 de julho de 1991. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8213cons.htm. Acesso em 23 mai. 2015.

CARMO, Apolônio A. do. **Deficiência física:** a sociedade brasileira cria, recupera e discrimina. 2. ed. Brasília: 1997.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas:** processos, funções, tecnologia e estratégias. 2. ed. rev. e aum. São Paulo: Summus, 2003.

GOHN, Maria da Glória. **Os Sem-Terra, ONGs e cidadania.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do Terceiro Setor:** o desafio de administrar sem receita. São Paulo: Makron Books, 1999.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações Contemporâneas. **Análisi 34,** 2006. p. 125-139. Disponível em <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/55448/64580>. Acesso em 24 mai. 2015.

_____. Relações públicas comunitárias: um desafio. **Revista Comunicação e Sociedade, São Bernardo do Campo, v. 6, n. 11, p. 131-150, jun. 1984.** Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunidadeeterceirosetor/0015.htm>. Acesso em 23 mai. 2015.

MAZZOTTA, Marcos José da Silveira. **Fundamentos da educação especial.** São Paulo. Pioneira, 1982.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Relações Públicas nos movimentos populares. **Revista Brasileira de Comunicação,** São Paulo, n. 60, p. 107-112, 1989. Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunidadeeterceirosetor/0135.htm>. Acesso em 24 mai. 2015.

_____. Fundamentos teóricos das relações públicas e da comunicação organizacional no Terceiro Setor: perspectiva alternativa. **Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia.** Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 89-107, jan/abr 2013. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/13641/920>. Acesso em 24 mai. 2015.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão:** construindo uma sociedade para todos. Rio de Janeiro: WVA, 1997.

TARGINO, Edlaine Carvalho Bôtto. Terceiro Setor: responsabilidade social das empresas e a contribuição das Relações Públicas. **RP em revista**. Salvador, ano 6, n.24, mai 2008. Disponível em <http://www.rp-bahia.com.br/rpemrevista/edicao24/targino.pdf>. Acesso em 23 mai. 2015.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação organizacional:** gestão de Relações Públicas. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.