

# RELAÇÕES PÚBLICAS

## *Relações públicas — Fator de Integração e Desenvolvimento*

*Tese aprovada pelo 1º Congresso Mineiro de Relações Públicas*

SYLLA M. CHAVES

### 1. INTRODUÇÃO

**E**M recente artigo para a "Revista do Serviço Público", defini relações públicas como "a função administrativa por meio da qual uma instituição, ora informando e guiando a opinião pública, ora pesquisando-a e deixando-se por ela guiar, busca identificar o seu interesse privado com o interesse público, desincumbindo-se de suas obrigações para com a sociedade e conseguindo e mantendo a compreensão, a aquiescência e o apoio desta". (1)

Cheguei a ela após longas considerações, apoiado em autores abalizados de vários países. Como êsse artigo pode ser consultado pelos congressistas, torna-se desnecessário repetir tôda a sua argumentação, embora saibamos existir quem considere relações públicas atividades menos democrática ou com menor relevância social.

O assunto desta tese, entretanto — fator de integração e desenvolvimento —, só pode aplicar-se às relações públicas corretamente conceituadas, de acôrdo com os ensinamentos de BERNAYS e CHILDS. E nada tem a ver com aquela tarefa, indicada por REX HARLOW, de "persuadir as pessoas a tornar-se e continuar amigos, fregueses e clientes de seus empregadores", que alguns entre nós ainda julgam ser a função primordial do técnico dessa nova profissão. (2)

O que aqui será demonstrado é que o correto desempenho das funções de profissionais de relações públicas, claramente definidas por BERNAYS, (3) é importante fator de integração e desenvolvimento e, por isso, de importância vital para o nosso país.

### 2. FALSAS E VERDADEIRAS RELAÇÕES PÚBLICAS

A profissão de relações públicas pode ser desvirtuada de duas maneiras fundamentais. Sua degeneração ou banalização, nas expressões de BENEDICTO SILVA (4) e SIMAS PEREIRA, (5)

pode ser devida a uma cobiça de seu "status" por parte de profissões mais modestas, embora também respeitáveis, ou pode ser devida à cobiça de seu maior impacto ou de sua gratuidade por parte daqueles que se dedicam, para outros fins, ao convencimento da opinião pública.

Os objetivos destas falsas relações públicas bem pouco têm de útil à integração e ao desenvolvimento nacional. Quando a finalidade óbvia ou disfarçada do material dado a público é unicamente o aumento do lucro da empresa privada ou a preparação da campanha política dos dirigentes da administração pública, pouca ou nenhuma vantagem para o país existe nessa matéria paga ou indevidamente gratuita.

Realizar, aberta ou veladamente, sua campanha política através de órgãos de R.P. do serviço público sob seu controle, em vez de o fazer por intermédio de seu partido político, é roubar o dinheiro pago com sacrifício pelo contribuinte, é uma violência contra o contribuinte da oposição. E' por isso que o Legislativo tantas vezes reluta em permitir que órgãos de R.P. sejam criados na administração pública.

Por outro lado, há empresas privadas que parecem desconhecer o sentido exato de "notícia", e que fazem com que seus órgãos de R.P. sejam de fato meras subdivisões ou variantes de seu setor de publicidade comercial, totalmente subordinados ao setor de vendas. Se essa atividade não é lesiva à sociedade, pelo menos não podemos considerá-la tão benéfica quanto as verdadeiras relações públicas.

A polêmica sobre vantagens e desvantagens da publicidade comercial não interessa ao presente Congresso. Afirmam seus adversários que o dinheiro gasto em publicidade só pode provir de um aumento no preço do produto ou de uma diminuição no salário dos operários, ambos êsses fatos contrários ao interesse público. Seus defensores, entretanto, alegam que êsse dinheiro reverte em benefício da comunidade, pois é êle que, financiando os órgãos de divulgação, permite a venda dos jornais por preço inferior ao de seu papel e a gratuidade dos programas de rádio e de televisão para os ouvintes e telespectadores, contribuindo assim para o seu progresso.

Sem tomar parte na polêmica, podemos, entretanto, indicar uma diferença fundamental entre relações públicas, de um lado e propaganda política e comercial, de outro. Enquanto a propaganda é um instrumento de luta entre idéias diversas, entre interesses contrários, na disputa mais ou menos feroz de seguidores, clientes e eleitores, relações públicas, pelo contrário, é essencialmente um instrumento para a convergência de interesses, para o incentivo à cooperação, contribuindo, por conseguinte, de maneira muito mais eficaz, para a harmonia e progresso gerais.



Seria absurdo interpretar estas afirmações *a contrario sensu*, no sentido de que relações públicas prejudicam as vendas ou as campanhas políticas. Sabemos que um bom serviço é sempre a melhor propaganda que há. Em instituições tais como bancos, emprêsas de transporte, jornais e outras semelhantes, o bom atendimento do público tem como consequência imediata o aumento das vendas. Da mesma forma, o bom administrador público é um candidato com ótimas credenciais para a vitória em qualquer eleição. Mas não é por isso que confundiremos a eficiência administrativa, o correto atendimento do público e a adequada prestação de contas à sociedade com mera propaganda política.

O assunto das verdadeiras atividades e dos verdadeiros objetivos de R.P. já foi por mim longamente abordado em dois artigos (1 e 6), de modo que é possível agora ser breve. Relações públicas, como foi indicado no primeiro parágrafo desta tese, buscam antes de tudo a identificação do interesse privado com o interesse público, ou, com as palavras de BERNAYS, buscam "ajustar as diretrizes e ações do cliente à sociedade" e torná-las "compreensíveis ao público". (3)

Essas atividades que desenvolvem as instituições "desincumbindo-se de suas obrigações para com a sociedade e conseguindo e mantendo a compreensão, a aquiescência e o apoio desta", (1) na bilateralidade que lhe é peculiar, é o objeto desta tese: relações públicas — fator de integração e desenvolvimento.

Quais os tipos de atividades que deve executar um órgão de R.P.? De acôrdo com BERNAYS, são três os campos de atividade de R.P.: persuasão, informação e integração. Resumindo o que disse nos artigos mencionados: a persuasão de R.P., condicionada pelo interesse público, é análogo à educação, que busca aprovação e apoio para atividades de interesse geral, como é o caso da educação cívica, agrícola e sanitária.

A informação responde tanto à necessidade de sermos conhecidos, para permitir melhor atingirmos os nossos objetivos, quanto à obrigação de prestar contas do que fazemos e que tem relevância social, e que, por conseguinte, os outros têm o direito de saber.

A integração é o ajustamento de nossas políticas e ações à sociedade; é o oferecimento de nossa participação à comunidade e a obtenção da participação desta, no interesse de todos, em busca de um "objetivo inatacável", como indicou HERBERT BAUS. (7)

E poderíamos acrescentar, embora já esteja implícito nos campos de atividade acima mencionados, a pesquisa — pesquisa sobre a instituição, sobre os públicos e sobre os veículos de comunicação, de modo a podermos corretamente informar, persuadir e obter a integração.

## 3. OBJETIVOS INDIVIDUAIS, GRUPAIS E NACIONAIS

“O preâmbulo recomendado para a política é um *objetivo inatacável*, um objetivo que seja a meta de tôdas as atividades, e contra o qual não existam argumentos”, afirma BAUS, acrescentando: “Uma vez estabelecido o *objetivo inatacável*, cada ação, cada nota distribuída à imprensa, cada declaração, cada programa, cada acontecimento será considerado à luz do montante de sua possível contribuição para aquêle objetivo”.

Talvez seja exagerada a afirmação absoluta quanto a um objetivo “inatacável”. O mesmo se pode dizer, em nossa definição, da busca da “identificação do interêsse privado com o interêsse público”. Nas duas afirmações, que se complementam, podemos sempre considerar que existem exceções, indivíduos marginais, cuja felicidade depende da desgraça alheia e que, por conseguinte, não se sentirão integrados com qualquer objetivo inatacável, como por exemplo o que será estudado nesta tese: o desenvolvimento nacional.

Quando a instituição, esquecendo seus interêsses privados imediatos, deixando de lado a competição publicitária com seus concorrentes, busca o caminho da cooperação com êstes, busca a convergências dos interêsses, o caminho a ser percorrido até a integração total é bastante longo e, freqüentemente, as instituições detêm-se no meio da viagem.

Entre o pequeno círculo do interêsse privado e o grande círculo da cooperação internacional há uma infinidade de círculos intermediários, coincidentes ou não, representando interêsses nacionais, regionais, de classes ou de outros grupos — econômicos, políticos ou sociais. Patrões e empregados, produtores e consumidores, locadores e locatários representam alguns dos aspectos da dualidade ou pluralidade de interêsses em conflito, que o trabalho de R.P. procura harmonizar.

A primeira etapa é freqüentemente vencida. Diante do inimigo comum esquecem-se as desavenças, e a integração é obtida com relativa facilidade. Foi o caso da heróica resistência do povo inglês diante do bombardeio e da possibilidade de invasão de seu território pelos alemães. Foi também o caso do ingente esforço comum em nosso país, na mesma ocasião, aceitando ordenadamente o racionamento de gêneros alimentícios e levando sua contribuição para as pirâmides metálicas.

E é o caso também, neste momento em que se acentuam as divergências no território nacional, da crescente coesão de cada um dos grupos divergentes. A colaboração entre órgãos de R.P. congêneres acentua-se cada vez mais, não havendo nenhuma contradição entre a concorrência da publicidade comercial e a coope-



ração cada vez maior das relações públicas das empresas que vendem produto semelhante.

Dados fornecidos por CHILDS em seu curso de 1953, baseado em informação oficial do governo norte-americano, indicam serem as seguintes, em ordem decrescente, as instituições que mais dinheiro gastam no país em seus programas de R.P.:

- a) Associação Nacional de Empresas de Eletricidade;
- b) Associação Médica Norte-Americana;
- c) Associação das Estradas de Ferro Norte-Americanas;
- d) Associação Nacional de Produtores de Laticínios;
- e) Câmaras de Comércio dos E.U.A. (8)

Por aí podemos ver o caráter coletivo de R.P. Com interesses divergentes quanto a vendas, as empresas concorrentes têm, entretanto, interesses convergentes em matéria de R.P., e preferem dedicar-se a essa atividade em conjunto, no seu interesse coletivo.

BAUS assim se expressa sobre o assunto: "Praticamente todo o nosso trabalho tem ligações com as relações públicas, de uma ou outra forma. Ao escrever essa frase, um secretário da Câmara de Comércio dos Estados Unidos falou não só em nome de sua organização, mas no de cada uma das milhares de associações comerciais e câmaras de comércio de todo o país". "Por sua natureza, uma associação é um consultor de relações públicas para cada um de seus membros individualmente e para todo o grupo, seja ele uma associação regional organizada para atender aos interesses de uma área ou uma associação industrial organizada para atender aos interesses de um grupo comercial". (7)

E mais adiante: "A função protetora (da Associação) inclui a apresentação de uma frente unida aos sindicatos e às indústrias concorrentes, em relações que vão desde as negociações até a guerra aberta. Através da associação, o membro individual obtém a força da união e a inteligência proveniente das fontes de informação do conjunto, que jamais poderiam ser conseguidos por firmas individuais". (7),

Essa cooperação entre grupos congêneres pode ser, por conseguinte, uma *guerra aberta* aos sindicatos e aos grupos concorrentes... E qual será a opinião dos sindicatos e dos outros grupos? Seguindo as observações de BAUS, provavelmente também estarão unidos, embora no "front" adverso.

Referindo-se a esses fatos, PIMLOTT descreve, em várias páginas, a "guerra aberta" entre a "National Association of Manufacturers" e seus opositores em busca do apoio da opinião pública norte-americana.

As empresas lideradas pela N.A.M., nas palavras de FRANKLYN WALTMAN, buscavam "educar o público com relação aos

fatos da vida econômica", cada empresa "falando franca e cãndidamente". NATHAN ROBERTSON, entretanto, ainda em citações de PIMLOTT, indicou, em sua réplica, "como as grandes empresas enganam o público", e o "engôdo e ambigüidade utilizados pela N.A.M. para esconder do público a realidade de seus lucros", etc. (9)

A Segunda Conferência Interamericana de Relações Públicas, realizada em Caracas, apresentou em suas reuniões plenárias os três temas seguintes: "O futuro dos homens livres deste continente", "O homem de negócios e a livre empresa" e "O homem de relações públicas e a ação política na América". (10)

Embora eu não disponha de maior documentação sobre o assunto, não é difícil perceber as conclusões a que pretendiam chegar. E ainda mais quando essas conclusões estão bem claras na tese "Mecanismo de Formação da Opinião Pública", apresentada por nosso colega NEY PEIXOTO DO VALE e aprovada pela Segunda Reunião Plenária das Classes Produtoras. Recomenda ela, entre outras coisas, a "politização da classe empresarial, através das entidades de classe" e a "formação de opinião pública favorável à livre empresa".

Estamos perfeitamente de acordo com o colega NEY em que esse é um programa que às classes produtoras convém perfeitamente na frente unida, indicada por BAUS, contra os seus opositores.

Pergunto, porém: E os sindicatos? E a C.S.N., a Petrobrás e o resto da economia mista entre nós? E as relações públicas da administração pública brasileira? Que posição devem tomar? Podem ou não podem ter atividades de R.P.? Se podem, de que tipo? Deve a Petrobrás declarar guerra àqueles cuja posição intransigente em favor da livre empresa foi contra a sua criação e é contra a sua sobrevivência?

E' preciso que fique bem claro que as classes produtoras devem ter o direito de procurar formar uma opinião pública favorável à livre empresa, da mesma forma como a Petrobrás e outras instituições semelhantes devem poder defender-se, e mesmo contra-atacar, argumentando em sentido contrário. E' essa a grande vantagem que temos no Brasil democrático dos dias que correm, em que opiniões contrárias têm o direito de confrontar-se em um mesmo plenário ou, às vezes, até mesmo nas páginas de um mesmo jornal.

Como citei esses objetivos de um determinado grupo de instituições, que é grandemente majoritário em nossa Associação Brasileira de Relações Públicas, poderia ter escolhido outros grupos, estudando o que poderia chamar de seus "objetivos grupais".

E' evidente que a integração grupal já é um passo dado entre o interesse privado e o interesse público, mas ainda não é



a sua identificação, conforme sugere CHILDS. E' um objetivo bem menos mesquinho que o das instituições ou dos indivíduos agindo isoladamente, em busca do seu lucro ou em prol de sua carreira política. Mas não é um "objetivo inatacável" no sentido total da palavra. Não é uma solução definitiva para os desajustamentos, no sentido indicado por BERNAYS.

Em vez de debater outros objetivos de interesse de grupos específicos, na exacerbação das divergências que caracterizam a conjuntura nacional — quais os objetivos de R.P. do Governo Federal? do Governo da Guanabara? dos estudantes em greve? da religião católica? das forças armadas? —, creio que poderíamos agora procurar um ponto de convergência para uma política de R.P. que possa conter um objetivo de fato inatacável, que congregue nossas forças democráticas, tanto da esquerda quanto da direita, em prol de um Brasil melhor evoluindo em paz no interesse de todos. Esse objetivo inatacável, que responde às obrigações de todos os grupos poderosos para com a sociedade e que pode, sem discussão, obter a compreensão, a aquiescência e o apoio dela, só pode ser aquêle que tremula no nosso pavilhão: "ordem e progresso", o progresso dentro da ordem, o desenvolvimento dentro da cooperação de tôdas as forças, aparentemente contrárias, mas que poderão, com a contribuição indispensável dos homens de R.P., convergir no sentido de um esforço integrado de todos e para todos.

#### 4. O CAMINHO DO DESENVOLVIMENTO

Há não muito tempo nosso país estava seguindo a política do avestruz, tudo fazendo para ocultar suas próprias fraquezas através de um manto de inverdades. E o gigante dormia eternamente em berço esplêndido, cheio de porvir, cada vez mais remoto, nas garras de um presente cada vez mais miserável, pelo menos no que diz respeito à grande maioria de sua população.

A tomada de consciência de sua miséria foi o primeiro sintoma de progresso. Sobre êsse assunto citou CARLSON o excelente exemplo da Comissão em prol de Kentucky e de seu trabalho para o desenvolvimento dêsse estado, um dos mais atrasados do país. Sua primeira medida, depois da obtenção dos dados, foi "divulgar os fatos ao povo de Kentucky, sem adorná-los, sem menosprezá-los e sem empregar qualquer dos exageros freqüentemente usados para angariar as simpatias de um estado ou comunidade. A opinião dêles era que, se o povo de Kentucky tivesse coragem e caráter, poderia saber a verdade nua e crua; e êles estavam convencidos de que, assim que o povo

soubesse a verdade, começaria a pedir uma solução. Estavam certos que o que o povo de Kentucky quisesse, êle conseguiria". (11)

O povo brasileiro, tomando consciência de seu subdesenvolvimento, deu o primeiro passo no caminho do progresso.

Qual o grau de subdesenvolvimento de nosso país? E' desnecessário enumerar fatos já conhecidos de todos nós e constantes da documentação que pode ser obtida na UNESCO, na FAO, na OMS e nas demais organizações internacionais: o elevado índice de analfabetismo, a enorme quantidade de crianças em idade escolar sem mestres e sem escolas, a mortalidade infantil, o círculo vicioso de comunidades em que a doença gera a apatia, a apatia gera a pobreza e a pobreza faz perdurar a doença, a produção insuficiente de gêneros alimentícios somada com as dificuldades de transporte, fazendo com que a fome assolé um país considerado de solo fértil; e a ineficiência administrativa na maior parte do território nacional é ao mesmo tempo causa e consequência de tudo isso.

Estamos, certamente, em situação muito inferior à de Kentucky de 1944, data em que foi criada a referida Comissão. Mas, por outro lado, nosso potencial é bem maior. Corremos, além disso — por sermos involuntariamente o campo de batalha ideal para a guerra fria — o perigo de sermos envolvidos, de um momento para outro, em uma guerra fratricida de duração e consequências imprevisíveis.

O problema é difícil. A solução é o desenvolvimento que pedem nossas massas recém-despertadas, nosso objetivo inatacável. Mas como chegar a êle? Partindo de quem? Realizado por quem?

O desenvolvimento em nosso país admite inicialmente a polêmica entre os que o consideram como sinônimo de industrialização, única maneira de conquistarmos a independência econômica, e os que acham que a melhor solução para nós é a prioridade para a agricultura, que nos faria evoluir como economia complementar à dos países industrializados. Essa polêmica, entretanto, não faz com que vejamos mal algum na industrialização em si, ou no progresso agrícola em si, de modo que o govêrno, indicando, como lhe compete, quais as prioridades a serem consideradas, não deve ser obstado por força alguma que se interponha no caminho do progresso, mesmo que êsse, na opinião de alguns, não seja o mais curto.

Por outro lado, o progresso econômico requer, como têm indicado a UNESCO, a OMS e outras organizações internacionais, a solução dos problemas de educação e saúde, para que a



industrialização e o progresso agrícola possam obter a mão-de-obra qualificada de que necessitam.

Nas conclusões da Reunião de Especialistas sobre o Desenvolvimento dos Veículos de Informação na América Latina, realizada sob os auspícios da UNESCO em Santiago do Chile, em fevereiro de 1961, afirma-se: "Convém advertir, antes de mais nada, que os veículos de informação servem ao mesmo tempo para manter as pessoas informadas a respeito dos acontecimentos do mundo em que vivem, e para difundir a educação no sentido mais amplo da palavra. Este segundo aspecto, a que talvez não se tenha dado toda a atenção que merece, reveste-se de suma importância, especialmente nos países que estão em processo de desenvolvimento. Isso é bem indicado pelo fato de nesses países utilizarem-se cada vez mais a radiodifusão e os auxílios audiovisuais para difundir conhecimento entre os analfabetos e inclusive, em alguns casos, para combater o analfabetismo em suas próprias raízes". (12)

Mais adiante acrescenta o relatório da referida reunião: "Na realidade, o desenvolvimento dos veículos de divulgação e o progresso econômico e técnico guardam uma relação recíproca. Porque, antes de poder criar e manter serviços de informação, toda sociedade precisa alcançar um determinado nível de riqueza e adiantamento técnico. Em sentido inverso, os veículos de informação podem servir de incentivo ao progresso técnico, orientando mais diretamente em direção à expansão social e econômica os esforços realizados na espécie humana para obter uma melhor educação e formação profissional. Dêste modo, os veículos de informação podem contribuir grandemente para que o público apóie êsses esforços e se una a êles. Por sua vez, essa participação ativa do público facilita ao govêrno e a outros organismos o estabelecimento de planos mais eficazes, constituindo assim um elemento decisivo para a industrialização dos países insuficientemente desenvolvidos".

##### 5. RELAÇÕES PÚBLICAS — FATOR DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

E' difícil o caminho a seguir rumo ao desenvolvimento. Da mesma forma como êle beneficiará a todos, êle depende do esforço conjunto de todos. Um dos requisitos para a economia de esforços, no sentido de um progresso rápido, envidando todos os nossos esforços e aproveitando os recursos que nos provêm das organizações internacionais e vários programas bilaterais, é o

planejamento. Esse planejamento só pode ser governamental, mas para ele podem e devem cooperar tôdas as entidades privadas que se disponham a colaborar com a sua parcela.

Para que o planejamento seja levado a cabo, seja transformado em ação, só existem duas possibilidades: uma é a da coação, do intervencionismo violento, impondo a disciplina pela força, em busca dos objetivos predeterminados.

O outro caminho é o das relações públicas, em que várias instituições, públicas e privadas, optam pelo caminho da colaboração planejada, em busca do objetivo comum. Foi o que aconteceu em Kentucky, no programa descrito por CARLSON, e é o que pode acontecer no nosso país, se quisermos buscar uma solução para a crise que parece cada vez mais agravar-se.

Se, em defesa da liberdade que nos é cara, porém cômicos dos altos interesses do desenvolvimento nacional, que requer planejamento e coordenação de esforços, optarmos pelo caminho das relações públicas, urge lançar mãos à obra, e há o que fazer em todos os setores de relações públicas de nosso país.

Os veículos de divulgação que, em nosso sistema de liberalismo econômico, estão nas mãos das empresas privadas e que, na opinião abalçada da UNESCO, por nós citada, devem servir "para difundir a educação no sentido mais amplo da palavra", devem servir de "incentivo ao progresso, orientando mais diretamente em direção à expansão social e econômica os esforços realizados na espécie humana para obter uma melhor educação e formação profissional" e servir para que o público apóie esses esforços e se una a eles.

Os veículos de divulgação, financiados pela publicidade das empresas privadas, têm a obrigação de integrar-se no esforço desenvolvimentista de nosso país.

Por outro lado, a administração pública deve libertar-se de seus interesses políticos e adquirir um verdadeiro espírito de serviço público para cumprir a sua missão precípua de coordenadora dos esforços de todos no sentido do bem comum.

E aquêles que planejam o desenvolvimento de nosso país e que vêem a necessidade dos recursos econômicos de origem externa ou interna, não devem ignorar que o desenvolvimento de nosso país não se obtém somente através de dinheiro, pois o dinheiro sozinho nada faz. E' necessário, paralelamente, a mobilização e o aproveitamento adequado dos recursos humanos, tarefa essa da competência precípua dos órgãos de relações públicas, governamentais e privados, que houverem compreendido suas obrigações para com a comunidade em prol do desenvolvimento nacional.



É, pois, baseado nessas considerações, que proponho aos colegas congressistas as seguintes:

## 6. RECOMENDAÇÕES

### A. Aos órgãos de R.P. do serviço público:

1º) procurar inculcar nos funcionários de todos os níveis o espírito do serviço público;

2º) procurar despertar nos públicos externos em geral a cooperação para com a administração pública;

3º) procurar desenvolver em todo os cidadãos o espírito cívico no seu verdadeiro sentido: cumprimento dos deveres de eleitor, contribuinte, etc., compreendendo que o bom funcionamento da administração pública e o progresso do país são do interesse de todos;

4º) procurar obter das empresas privadas que contribuam com o seu quinhão em obras de interesse geral que a administração pública, na conjuntura atual, não pode executar sôzinha, tais como obras de educação, saúde e outras;

5º) reconhecer o fato de que o orçamento de R.P. provém de dinheiros públicos e como tal deve ser utilizado, não podendo ser desviado para finalidades imediatistas de interesse exclusivo de indivíduos ou de grupos.

### B. Às empresas privadas:

1º) reconhecer que o desenvolvimento nacional depende de todos e, para que todos tenham o direito de gozar de seus benefícios, todos têm a obrigação de contribuir com a sua parcela;

2º) reconhecer que a principal justificativa do sistema de livre empresa são os serviços por ela prestados à comunidade na sua elevada função social;

3º) contribuir para que os veículos de divulgação auxiliem o desenvolvimento do país.

### C. Aos responsáveis pelo planejamento do desenvolvimento:

1º) reconhecer que o desenvolvimento é um esforço coletivo que depende da integração de toda a comunidade; embora o dinheiro e o auxílio externos possam contribuir para o desenvolvimento, esse dinheiro não pode, de maneira nenhuma, substituir o esforço da comunidade que deseja progredir;

2º) reconhecer que relações públicas, no seu verdadeiro sentido, buscando a integração da comunidade e sua colaboração para

a realização de um objetivo inatacável — qual seja o do desenvolvimento — é um recurso valioso de que dispõem para o progresso do país através da democracia.

7. OBRAS CITADAS

- (1) CHAVES, Sylla M. — "Maturidade da Conceituação de Relações Públicas" in *Revista do Serviço Público* de janeiro-março de 1962.
- (2) HARLOW, Rex. F. — "*Social Science in Public Relations*". Harper & Brothers, New York, 1957. p. 85.
- (3) BERNAYS, Edward L. — "*Public Relations*" — University of Oklahoma Press, Oklahoma, 1952, p. 123.
- (4) SILVA, Benedicto — "A degeneração das relações públicas" in *Textos Selecionados de Administração Pública, Parte IV — Funções das Relações Públicas* — International Cooperation Administration em cooperação com a Escola Brasileira de Administração Pública. Rio de Janeiro, 1960, p. 33.
- (5) PEREIRA, Evaldo Simas — "A banalização em relações públicas", in *PN, Publicidade e Negócios*, Rio de Janeiro, 250, fev. 1956, p. 75-76.
- (6) CHAVES, Sylla M. — "Formação do Profissional de Relações Públicas" in *Revista do Serviço Público*, Vol. 91, ns. 1, 2 e 3. Rio de Janeiro, abril-junho de 1961, p. 53-81.
- (7) BAUS, Herbert M. — "*Relações Públicas — Dinâmica e Prática*", tradução de Carlos Peixoto de Castro. Rio de Janeiro, 1961. Editora Fundo de Cultura, pp. 171, 327 e 329.
- (8) CHILDS, Harwood L. — "*Curso de Relações Públicas*", Escola Brasileira de Administração pública, Rio de Janeiro, 1953, súmula 10.00, primeira parte, p. 8.
- (9) PIMLOTT, J.A.R. — "*Public Relation and American Democracy*". Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 1951, p. 210-211.
- (10) *Prospectos da Segunda Conferência Interamericana de Relações Públicas*, Caracas, 27 a 30 de setembro de 1961, sob os auspícios da Associação de Relações Públicas da Venezuela.
- (11) CARLSON, Eric — "*Curso de Relações Públicas*", Escola Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro, 1953. Súmula 5.10 p. 3-6.
- (12) UNESCO — "*Los medios de información en América Latina: factor de desarrollo económico y social*". UNESCO, Paris, 1961, p. 85.