

Uma perspectiva internacional para as Relações Públicas¹

Vagner de Carvalho Silva²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Resumo

Apresenta as diferentes linhas de pensamento de Relações Públicas Internacionais, visando a reflexão sobre o tema do modo a incitar o debate da área. Passa pelo entendimento de mundialização e de Relações Públicas até a percepção da complexidade e amplitude que os processos internacionais trazem para a atividade profissional. Observa o crescimento dos relacionamentos entre as organizações e seus públicos na arena internacional.

Palavras-Chave

Relações Públicas Internacionais; Organizações; Globalização.

As Relações Públicas Internacionais surgem no Brasil, atualmente, com aspectos diferenciados que requerem a busca pela compreensão de seus pressupostos teóricos e práticos, de modo a constituir uma reflexão sobre seus caminhos. Desse modo, este trabalho consiste em apresentar as diferentes linhas de pensamento sobre a área, visando um confrontá-las³.

Uma nova situação mundial ocorre em que a “aldeia global⁴” já se tornou realidade, a “terceira onda⁵” cobriu o mundo, mesmo com proposições menos otimistas⁶, de uma revolução das relações via redes computadorizadas. O mundo encontra-se em uma nova perspectiva das relações, na qual as economias tornam-se cada vez mais interdependentes, e o processo de globalização ou mundialização é inegável. As organizações apresentam, a cada dia, mais condições de se inter-relacionarem através das fronteiras em virtude da formação de blocos de

¹ Trabalho apresentado ao NP 05 – Relações públicas e Comunicação organizacional do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Bacharel em Relações Públicas – PUCRS, Mestrando em Comunicação Social – E-mail: vagnerdecarvalho@yahoo.com.br – Áreas de estudo: Tecnologias da Comunicação e Relações Públicas Internacionais. Membro do Grupo de Pesquisa Ensino e Prática de Relações Públicas – PUCRS.

³ Este é um fragmento de uma pesquisa de Mestrado, que tem por objetivo verificar os caminhos que as instituições de ensino superior estão adotando para o ensino de Relações Públicas Internacionais.

⁴ MCLUHAN, Marshall. A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Nacional, 1972.

⁵ TOFFLER, Alvin. A terceira onda. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

⁶ WOLTON, Dominique. Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

países como o Mercosul, a União Européia, a ALCA⁷, a Aladi⁸, entre outros. Os aspectos dessas relações estão cada vez mais complexos, permitindo usar a metáfora de que uma borboleta batendo asas no Japão pode causar um maremoto nos Estados Unidos.

Esse contexto pode ser visto com a percepção de que a nova ordem internacional, após a segunda guerra mundial, fez emergir, gradativamente, inúmeras organizações supranacionais ou intergovernamentais (FMI⁹, ONU¹⁰, UNESCO¹¹, FAO¹², Banco Mundial, BID¹³, etc.), assim como uma série de regulamentações comerciais, bancárias e jurídicas (Acordo GATT¹⁴, Acordo Bretton Woods, IATA¹⁵, etc.) com objetivos de supervisionar, regular, coordenar e, mesmo, intervir nos negócios mundiais¹⁶.

Essa evidência da ordem mundial é, hoje, mais forte do que ontem e assinala vários sintomas dessa tendência. A economia não cessa de mundializar-se, e as empresas, através dessa mundialização, consolidam-se. As fronteiras nacionais “desaparecem” com União Européia, Acordo de Livre Comércio Canadense-Americano, Negociações do GATT etc. As ameaças ecológicas mundializam-se também. As distâncias entre os países desenvolvidos e os em desenvolvimento aumentam, e as relações leste-oeste são um contraponto inevitável. Constituindo assim uma dimensão incontornável da existência humana contemporânea, a ordem do mundo atual, pelas suas características – globalização, desigualdades, rivalidade, cooperação e lógica econômico-financeira – desenha os contornos nos quais as sociedades, as organizações e os indivíduos devem cada vez mais se inserir e se movimentar. Essa mundialização das trocas, que assistimos, não estrutura apenas o mundo econômico. Contribui também pela via de multinacionalização das empresas e dos movimentos migratórios internacionais, para desestabilizar as identidades coletivas, redefinir os universos culturais e reinterpretar os imaginários. Nesse contexto, a dinâmica humana nas organizações está sendo profundamente afetada¹⁷.

O mundo se encontra em uma nova perspectiva das relações. O “choque de civilizações”¹⁸ mostra-se inevitável em um contexto no qual as nações tornam-se, a cada dia, mais interdependentes. A facilidade de entrar em contato com as diferentes culturas, cruzando os

⁷ ALCA - Área de Livre Comércio das Américas

⁸ Aladi - Associação Latino-Americana de Integração

⁹ Fundo Monetário Internacional

¹⁰ Organização das Nações Unidas

¹¹ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

¹² Food and Agriculture Organization

¹³ Banco Interamericano de Desenvolvimento

¹⁴ General Agreement on Tariffs and Trade

¹⁵ International Air Transport Association

¹⁶ Baseado na reflexão de Chanlat (1993).

¹⁷ Baseado na reflexão de Chanlat (1993).

¹⁸ Termo de Samuel P. Huntington (1997).

mares, por via da Internet, é uma constante.

Observado este conjunto de aspectos, considera-se relevante perceber que o crescimento das organizações e coletividades internacionais e transnacionais¹⁹ alterou a forma e a dinâmica do Estado e da sociedade civil. O estado “transformou-se numa arena fragmentada de formulação de decisões políticas, permeada por redes transnacionais (governamentais e não governamentais) e por órgãos e forças internos” (HELD e MCGREW, 2001, p.31). Ainda, o “vínculo exclusivo entre o território e o poder político rompeu-se [...]. Desenvolveu-se um conjunto de leis regionais e internacionais que sustenta um sistema emergente de governança global, tanto formal quanto informal” (ibidem). Criaram-se novas formas de política multilaterais e globais que envolvem governos, organizações intergovernamentais (OIGs), inúmeros grupos de pressão transnacionais e organizações não governamentais internacionais (ONGIs). Para se ter uma idéia deste desenvolvimento, de acordo com Held e McGrew (2001), em 1909 havia 37 OIGs e 176 ONGIs, enquanto em meados de 1990, havia quase 260 OIGs e quase 5.500 ONGIs. Nestas circunstâncias, pode-se falar também dos inúmeros tratados internacionais, desde o protocolo de Kyoto ao regime de não proliferação nuclear.

O mundo globalizado leva a uma nova forma de se observar às organizações e suas relações, assim como amplia os horizontes de atuação das Relações Públicas. Pensar em gestão de comunicação organizacional, hoje requer um olhar diferenciado. Para atuar em meio ao processo de mundialização é preciso ter em mente seus aspectos: sociais, econômicos, políticos, culturais²⁰ e ambientais²¹.

Além disso, é preciso destacar que a “*compleja corporación del presente y del futuro debe establecer una relación comunicante que legitime su creciente poder en la sociedad tanto a nivel global como local*” (VENANZI, 2002, p.86). Ao conectar essa idéia a perspectiva de público como “grupos organizados, econômicos ou sociais que podem, em determinadas condições, prestar efetiva colaboração às organizações, autorizando a sua constituição ou lhes oferecendo o suporte de que necessitam para o desenvolvimento de seus negócios” (FRANÇA, 2004, p.80), pode-se ver que o ambiente de atuação dos profissionais de Relações Públicas se modifica e se condiciona a uma nova forma de pensar a área.

Em complemento a estas breves observações sobre a globalização, às organizações e os públicos, é preciso clarear o entendimento de Relações Públicas e seu aporte legal de atuação no Brasil. No capítulo 2, da Lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967,

¹⁹ Da ONU aos grupos de pressão internacionais e os movimentos nacionais.

²⁰ Aspectos apresentados por Santos (2002).

²¹ Aspecto acrescentado por Venazi (2002).

Artigo 2º - Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) à informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação;
- b) à coordenação e planejamento de pesquisas de opinião pública, para fins institucionais;
- c) ao planejamento e supervisão da utilização dos meios audio-visuais, para fins institucionais;
- d) ao planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- e) ao ensino das técnicas de Relações Públicas, de acordo com as normas a serem estabelecidas na regulamentação da presente Lei.

Mesmo sem o respaldo de uma lei, o Conselho Federal de Relações Públicas buscou uma nova definição para as atividades específicas e características do profissional. Desse modo, resolve, no Artigo 1º, que as Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação e técnicas dos seguintes conceitos:

- I) comunicação estratégica, com o objetivo de atingir de forma planejada os objetivos globais e os macro-objetivos para a organização;
- II) comunicação dirigida, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns;
- III) comunicação integrada, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização (Resolução Nº 43/02).

Define, também, como "todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com seus públicos são consideradas de Relações Públicas e, portanto, não se subordinam a nenhuma outra área ou segmento" (Resolução Nº 43/02). Além disso, define: organização; empresa; comunicação (institucional, corporativa, organizacional e pública ou cívica); pesquisa (quantitativa e qualitativa); pesquisa de opinião; auditoria de opinião (auditoria ou pesquisa de: imagem, clima organizacional e perfil organizacional); funções de diagnosticar e prognosticar; público estratégico ou de interesse. Logo, aponta funções à atividade profissional baseando-se nas alíneas da Lei 5.377, que complementa

Artigo 4º - Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas;
- b) promoção de maior integração da instituição na comunidade;
- c) informação e orientação da opinião sobre objetivos elevados de uma instituição;
- d) ao assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública;

- e) ao planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- f) consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições;
- g) ao ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de Relações Públicas, oficialmente estabelecido.

A atividade de Relações Públicas fica, assim, estabelecida pela lei e orientada pelo CONFERP, sendo estas especificações são atribuídas em função da prática no país. No entanto, não se pode deixar de observar, que o campo, é percebido de formas diferentes e, em função disso, são estabelecidas pesquisas e teorias diversas. Portanto, é preciso compreender como as Relações Públicas estão sendo percebidas neste trabalho.

As Relações Públicas aparecem no cenário das “organizações para construir relacionamentos harmônicos e duradouros destas com os públicos dos quais depende sua sobrevivência” (FERRARI, 2003, p.58). Dessa maneira, são percebidas como responsáveis por analisar e administrar os relacionamentos de uma organização com seus públicos (idem). Ainda, “Relações Públicas designa os esforços empreendidos por um indivíduo ou uma empresa para criar um clima de confiança e de boas relações com seu público” (LEGRAIN,1992, p.9).

Trilhando este mesmo caminho, a ABRP (Associação Brasileira de Relações Públicas) define como o “esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo de alta administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada e seu pessoal, assim como entre a organização e todos seus grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente”. Sobre este conceito, Yanaze expõe que o profissional de Relações Públicas “planeja e executa ações que visam melhorar as relações da empresa com seus públicos” (1997, p.55).

Direcionado as tecnologias, Haig (2000) afirma a possibilidade de sucesso por meio da Internet, utilizando-se do trabalho de Relações Públicas. Para isto, é necessário envolver os três Rs, que são: Relação (construir relações em benefício mútuo que permitam interagir com as diferentes audiências), Reputação (preservar e consolidar uma imagem para se ter um sucesso duradouro) e Relevância (o conteúdo deve ter relevância para audiência). Este referencial possui relevância no relacionamento com os públicos por utilizar-se de um meio diferente dos convencionais. “É papel preponderante das relações públicas lidar com o clima humano – sentir seus direcionamentos, analisá-lo, ajustar-se a ele, ajudar a dirigi-lo” (Lesly, 1995, p.112). Como podemos ver não basta proporcionar uma relação com os públicos se não houver uma estratégia que permita a utilização da linguagem correta, possibilitando o benefício do público a que se busca comunicar, dirigir a mensagem.

Esse enfoque frente aos públicos leva a percepção de que para se alcançar o sucesso em

um projeto de Relações Públicas é fundamental:

[...] que sejam bem delineados os meios e os lugares em que os públicos-alvo serão contatados: priorizar a distribuição das comunicações para as pessoas certas, nos momentos adequados, é definitivo para o êxito de uma proposta. Pesquisas de opinião e de mercado, análises de impacto ambiental, estudos da cultura organizacional estão entre os muitos cuidados que o profissional de RP deve tomar ao gerenciar um *case*. Daí uma das grandes dificuldades, e um dos maiores desafios, na elaboração de um bom planejamento de Relações Públicas. O tom do discurso e a dimensão temporal da veiculação devem conseguir uma inserção da mensagem na vida do interlocutor, na medida precisa e de maneira a não transformar em inimigo aquele do qual queremos nos aproximar (FREITAS, 2002, p.9).

Observando a atividade de Relações Públicas por essa ótica, Gregory afirma que os planejadores da área estão em uma posição privilegiada de interação com os públicos organizacionais e, frequentemente, seu trabalho é a gestão e facilitação da comunicação entre a organização e seus públicos. Quanto à função, Dozier (*In: Grunig, 1992*) apresenta quatro práticas principais: *Expert prescriber, Communication facilitator, Problem-solving process facilitator* e *Communication technician*. Esta indicação do autor leva ao que ele chama de “*communication manager*”.

Com aproximadamente 40.000 (em 1993) multinacionais e milhares de empresas considerando o mercado global, as implicações do mundo globalizado inevitavelmente confrontam todas organizações, exportadoras/importadoras ou não. (WAKEFIELD, *In: HEATH, 2001*). O autor aponta uma série de questões mundiais e coloca que todas elas necessitam de uma melhor comunicação através das fronteiras e, as Relações Públicas, necessitam ajudar a organização a pensar e agir além de suas fronteiras. Da mesma maneira, VERCIC, Grunig e Grunig (*In: CULBESTON e CHEN, 1996*) apontam as Relações Públicas, por meio de diferentes formas, como capaz de auxiliar na resolução dos conflitos e, também, oferecer vantagens estratégicas através das fronteiras entre a organização e os públicos. Destacam que as mudanças da globalização²², as “sofisticadas tecnologias da comunicação”, exigem, dos Relações Públicas, a comunicação com a diversidade cultural dos públicos.

Esta preocupação em discutir a esfera global de Relações Públicas não é brasileira, mas é sim um debate internacional²³ pouco trabalhado no Brasil. No entanto, é apontada por Ferreira

²² Expressas no início deste trabalho.

²³ Como já pode ser visto pelos autores citados e, também, será apresentado a seguir focando as Relações Públicas Internacionais.

ao almejar uma atuação “mais ampla no cenário da sociedade global” (2003, p. 64) e, por França ao declarar que é um “(...) campo novo que se amplia para o exercício da atividade de relações públicas, ainda pouco explorado pela categoria” (*In*: Kunsh, 1997 , p.11).

Pensar a atividade de Relações Públicas hoje, já não pode ser, simplesmente, de forma local, pois, é preciso “pensar globalmente e agir localmente”²⁴. As companhias desenvolveram-se e expandiram-se globalmente, a “função de Relações Públicas e as comunicações são componentes criticamente essenciais” (THORNTON, 2004, p.14).

Como se pode ver o cenário em que os profissionais de Relações Públicas atuam se expande e necessita de entendimento. Desta forma, é preciso partir para a percepção desta “nova” área de atuação, em que os conhecimentos para a atuação são ampliados. Essa esfera globalizada apresenta o profissional de Relações Públicas Internacionais em função das relações através das fronteiras que aumentam com o advento das Tecnologias da Informação, principalmente.

Relações Públicas Internacionais

Como foi dito, este não é um assunto comum no debate brasileiro. Há carência de estudos sobre Relações Públicas Internacionais. Mesmo assim, Brasil, apresenta a seguinte definição:

Relações Públicas internacionais são o conjunto de medidas, iniciativas, esforços e formas práticas de ação e expressão, que visam obter mais estreito e produtivo relacionamento entre os povos, no sentido de estimular e facilitar o entendimento, a coexistência e a cooperação entre ele; no sentido também de fomentar melhores e mais amplas atividades de intercâmbio comercial e industrial; e finalmente, com o objetivo de ampliar os níveis de cultura geral, através de mútuas facilidades de acesso aos respectivos patrimônios e instrumentos de cultura (BRASIL,1977, p.21)

Além desta definição, encontra-se traduzido apenas um texto de Canfield indicando as diferentes Relações Públicas no mundo, e uma definição apontada por Andrade como “método de ação que visa a fomentar a compreensão entre os povos, utilizando-se de técnicas próprias, ajustadas às culturas, tradições e características raciais locais²⁵” (ANDRADE, 1994, p,125). Ribeiro apresenta um apanhado histórico focado em cultura e linguagem, iniciando uma proposta

²⁴ Thornton (2004), “think globally and act locally “.

²⁵ Definição proposta pela turma do 7º semestre de RR.PP. da ECA/USP, em 1985.

de estudo para a área²⁶.

Para construir a noção de Relações Públicas Internacionais é necessário observar que, de acordo com BLACK, “é a intenção de conseguir uma compreensão mútua salvando um vazio geográfico, cultural ou lingüístico ou todos eles de uma vez. O termo utiliza-se, também, para indicar atividades de Relações Públicas que se leva ao término ou tem uma positiva importância fora do seu país de origem” (1994, p.119). Já para Wilcox, Aut e Agee “o esforço planejado e organizado de uma companhia, instituição ou governo para estabelecer relações mútuas benéficas com públicos de outras nações” (1986, p.370).

Culberston apresenta as Relações Públicas Internacionais sob dois pontos de vista: a primeira – *comparative public relations*, representa a busca por diferenças e similaridades entre a prática em um ou mais países visando formular princípios gerais de aplicação; a segunda – *international public relations*, focada na prática de Relações Públicas no contexto internacional ou através das culturas (n: CULBERTSON e CHEN,1996). Os questionamentos sobre a última se concentram em três abordagens: a) ações estratégicas locais pelas organizações; b) estratégia global para as comunicações, e; c) visa à integração dos modos anteriores de pensar a atividade de Relações Públicas na arena internacional.

Outra forma de subdividir as linhas de pesquisa é proposta por Taylor (2001): a) pesquisa em relações públicas internacionais amplia a idéia de relações públicas como atividade de comunicação simétrica proposta por Grunig; b) tendência denominada “contextualizada” ou comparativa descreve práticas do profissional em várias partes do mundo, ancorado nos estudos desenvolvidos por Culbertson e Chen (1996); c) linha de estudos aborda questões da ética e da pedagogia em suas diversidades educacionais entre países, além de levantar questionamentos sobre os postulados éticos que possam guiar as ações nos contextos interculturais, e; d) idéia de constituir um princípio fundamental ao desenvolvimento de novas teorias para as relações públicas que possam “transcender fronteiras nacionais” (p.630).

Aronoff e Baskin (1983) apresentam uma visão baseada na atuação em multinacionais, como uma área complexa que requer todas as qualidades de um Relações Públicas adicionada a uma “extraordinária sensibilidade através das fronteiras” (1983, p.450) e propõe três distintos aspectos para a atividade:

a) o profissional “representa as corporações multinacionais em casa [entenda-se casa como país de origem], tratar com a opinião pública e atividades governamentais que

²⁶ O estudo da autora faz parte de sua tese de doutorado a respeito das Relações Públicas Internacionais que estava sendo realizada em 2004.

relacionando ambas as corporações específicas e a empresa multinacional como um todo ²⁷;

b) o Relações Públicas ajuda a fazer ponte entre a lacuna de comunicação existente nas operações externas e a gestão mundial central;

c) o profissional deve conduzir a corporação nos vários países em que a organização está instalada.

Os autores se utilizam ainda de Durbin para apontar quatro recomendações às corporações envolvidas em operações multinacionais:

1. Conduzir uma auditoria das vantagens de relações públicas e responsabilidade em cada um dos países de operação;
2. Conduzir uma auditoria de relações governamentais tratando com as relações políticas, história política, e problemas atuais ou antecipados;
3. Analisar tendências políticas e públicas no país hospedeiro;
4. Procurar informações com outros Meios de Comunicação Nacionais (1983, p.451)²⁸.

Neste mesmo foco das multinacionais, encontra-se o trabalho de Molleda e Quinn (2004), que apresenta as Relações Públicas Internacionais como a prática desafiada por conflitos que impactam a atividade e a reputação da organização em mais de um local, em mais de um país, ao mesmo tempo. Transferindo o foco de análise à Internet, Sherwin (1999) apresenta a língua, cultura, negócios e tecnologia como fatores para desenvolver uma percepção positiva no exterior.

Cabe salientar que a diplomacia também é apontada como uma atividade de Relações Públicas Internacionais²⁹. No entanto, esta instância não será detalhada, pois, além de pouco difundida, o Brasil possui profissionais de carreira diplomática³⁰ que desenvolvem esta prática. Não há estudos específicos relacionando a atividade de Relações Públicas e, nem mesmo, a possibilidade da prática na área diplomática. Outro tema trabalhado nas Relações Públicas Internacionais são as relações externas governamentais, em que Kunzik (In: Sriramesh e VERCIC, 2003) aborda a realidade da guerra ao terrorismo internacional.

Após este breve apanhado sobre os diferentes estudos da área, o foco desse trabalho se

²⁷ "represent multinational corporations at home, dealing with public opinion and governmental activities which relate both to specific corporations and to multinational enterprise as a whole" (p.450-1).

²⁸ Texto original em inglês: 1. Conduct an audit of public relations assets and liabilities in each of the countries of operation; 2. Conduct a government relations audit dealing with specific political relationships, political history, and current or anticipated problems;

3. Analyze political and public trends in the host country;

4. Share information with other MNCs (1983, p.451).

²⁹ Zaharna e Villalobos (2000) trabalham esta linha de forma pontual no artigo: *A Public Relations tour of embassy row: the latin diplomatic experience*.

³⁰ Profissionais de carreira são vinculados a União por meio de concurso público.

localiza na perspectiva das estratégias locais e globais e, sua visão intermediária que visa concatenar as anteriores. Os dois enfoques iniciais são denominados por Mintzberg, de acordo com o cenário e observam a mesma perspectiva:

DIMENSÃO	CENÁRIO PARA ESTRATÉGIA MULTIDOMÉSTICA PURA	CENÁRIO PARA ESTRATÉGIA GLOBAL PURA
Participação de Mercado	Nenhum padrão particular	Participação significativa em mercados principais
Oferta de produtos	Totalmente personalizado em cada país	Totalmente padronizado em todo o mundo
Localização de valor agregado	Todas as atividades em cada país	Concentrado – uma atividade em cada país
Abordagem de <i>marketing</i>	Local	Uniforme em todo o mundo
Manobras competitivas	Autonomia do país	Integradas pelos países

Fonte: MINTZBERG, Henry. O processo da estratégia. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p.348

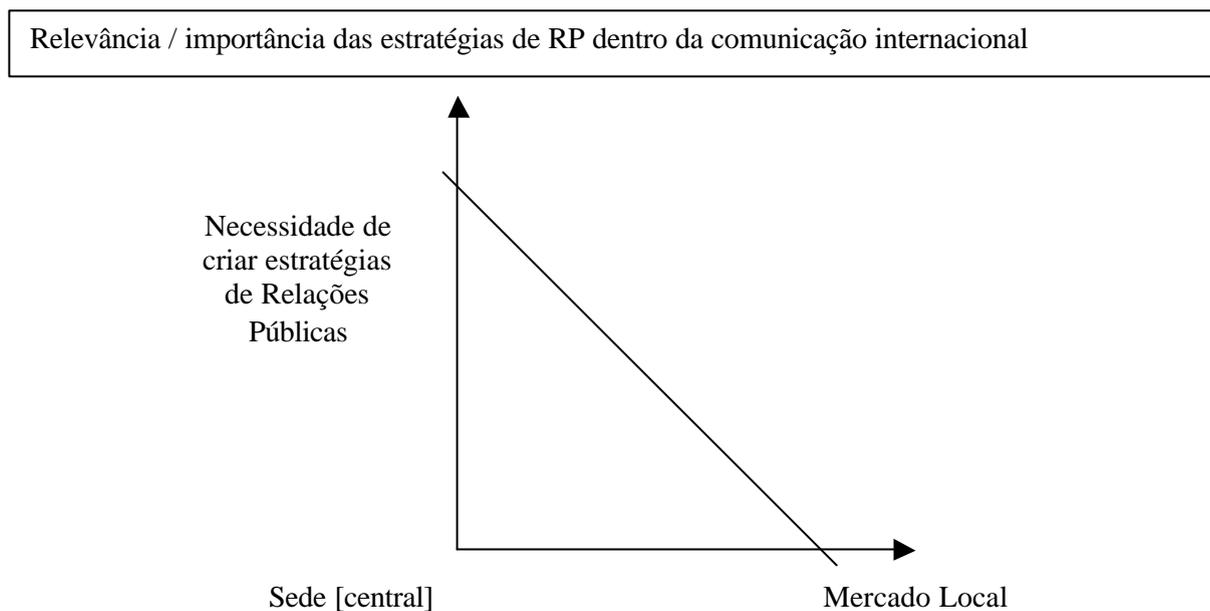
A combinação sólida entre o global e local, de acordo com Ovaitt (1988), é necessária para a eficiência de um programa de Relações Públicas internacional. No que condiz às Relações Públicas, Thornton faz a relação entre as assessorias locais e as empresas globais:

	ASSESSORIAS LOCAIS	EMPRESAS GLOBAIS
Vantagens	Possibilidade de selecionar o melhor profissional especializado naquele mercado; muitas assessorias possuem pessoas especializadas na área e em seu mercado.	Forte gerência central; os materiais podem ser criados em um escritório central e depois feitos sob medida para os mercados locais; retornando e faturando centralizado; facilidade de encontrar, os <i>websites</i> irão falar onde estão os grandes profissionais localizados em vários mercados do mundo.
Desvantagens	Variedade de práticas, aproximações, estilos de negócio; sem economia de escala.	Cobertura irregular de promoções e gestão; a empresa pode não ser representada em pequenas cidades e países; o mesmo nome não garante o nível do serviço, experiência e profissionalismo em todos países.

Outros aspectos são apontados por Bürmann (2003) no que diz respeito às dificuldades na relação com a imprensa por empresas de Relações Públicas globais: banco de informações sobre jornalistas incorreto, não saber onde os jornalistas estão (considerando que estes se mudam

freqüentemente), não há um contato regular com editores/ jornalistas, pouca exposição dos *releases*, os jornalistas interpretam sozinhos a companhia e a estratégia, esses são apenas alguns dos fatores. Aponta ainda outras dificuldades sobre os programas de Relações Públicas, mas destaca que para agir localmente, necessita “pensar globalmente” entendendo o posicionamento estratégico internacional e trabalhando as Relações Públicas e o Marketing internacional juntos. Dyson (2003) contrapõe esta idéia que leva a uma imagem de que gestões locais são mais adequadas, questionando que já se obteve bons resultados com programas globais comuns. Além disso, apresenta os programas globais de Relações Públicas Internacionais como inevitáveis.

Voltando ao local, é preciso ter pessoas que compreendam plenamente a cultura, tenham contatos e influência na comunidade (MORLEY, 2002, THORTON, 2004). No entanto, para realizar uma aproximação localmente é preciso uma coordenação local ou regional da mídia (Hesse, 2003). Desta maneira, a relevância de uma estratégia de Relações Públicas para programas internacionais de comunicação necessita ser destacada, de modo que Hesse faz a relação entre a necessidade dela e o local



Fonte: HESSE, Wolfgang. *Implementing a Blueprint*. Frontline, IPRA: 2002, v.24. issue 1, p.27.

Complementa com a necessidade de falar internacionalmente por meio de uma única voz. A questão da ação local é integrada ao reconhecimento da diferença de estrutura e recurso dos negócios, como também a formação de um “bom time” (Dyson, 2003, p.24). Para Morley, é preciso “entender o significado local da história, costumes, rituais, tabus e preconceitos”. Ou seja, “significa respeitar que a comunidade tenha uma percepção ou motivação, que represente

uma perspectiva diferente”. Ele acredita, diferentemente de outros autores citados, que é “pensando local para agir global³¹” (p.40).

Segundo Sriramesh e VERCIC (2003), são três os elementos infra-estruturais chave para as Relações Públicas Internacionais: o sistema político nacional, desenvolvimento econômico e o nível do ativismo existente no país. Acreditam que estas variáveis influenciam a natureza da atividade.

Taylor (2001) aponta que as Relações Públicas com públicos internacionais tornaram-se uma realidade da mesma forma para pequenas e grandes organizações. A importância das relações públicas internacionais, segundo a autora, está em dois aspectos: o primeiro é que “servem de olhos, ouvidos e vozes das organizações” (p.629), constituindo-se em desafios e oportunidades para a negociação entre organizações e públicos. O segundo aspecto diz respeito à oportunidade, mesmo com incertezas durante o período de transição, servindo à organização e contribuindo para o desenvolvimento da comunicação em outras nações. Aponta a necessidade que os profissionais devem ter para novas habilidades ao atuarem em comunicações amplas com tais audiências, de maneira à “refletir as normas societal e cultural da nação anfitriã” (p.630).

Partindo desses pressupostos, é preciso verificar o modelo, proposto por Wakefield (1996), para a pesquisa na área, em que ele acredita ser relevante para a prática através das fronteiras e provem de uma estrutura para qualquer tipo de estudo que venha a construir uma teoria neste campo. Deste modo, apresenta um modelo para organizar a pesquisa em Relações Públicas internacionais:

- a) Teorias da Sociedade Global (McLuhan, 1964; Featherstone, 1990; Henessy, 1985; Robertosn, 1990; e Lesly, 1991);
- b) Teorias Culturais (Hofstede, 1980, Adler & Graham, 1989; Ellingsworth, 1977, Hall, 1959; e Sriramesch & White, 1992);
- c) Teorias do Gerenciamento (Adler, 1983; Negandhi, 1983; e Bartlett & Ghoshal, 1989)
- d) Teorias da Comunicação (Manheim & Albritton, 1984; Bagdikian, 1989; e Herbert, 1992);

Orientados pelo domínio teórico que possibilita o contexto de Relações Públicas na arena internacional, estes são a Teoria Crítica (Creedon, 1992; J. Grunig, 1992; e Wakefield, 1994) e a Teoria das Relações Públicas (J. Grunig, 1992)³².

A complexidade da abordagem das Relações Públicas Internacionais faz com que

³¹ Texto original em ingles: thinking local to acting global.

³² O quadro complete pode ser encontrado em: CULBERTSON, Hugh, CHEN, Ni. Internacional public relations: a comparative analysis. New Jersey, 1996. p.20

Wakefield apresente um consenso quanto à natureza das Relações Públicas através das fronteiras, declarando que as “(...) organizações que se arriscam neste ambiente, fazem um mapa da estrada inseguro ao sucesso” ³³ (In: CULBERTSON e CHEN, 1996, p18). Os praticantes desta atividade não tem a devida compreensão de todos os aspectos da construção das relações internacionais, em função de não haver um embasamento específico na área.

Para Morley (2002), a pessoa que aspira crescer nas Relações Públicas Internacionais precisará ser multitalentosa (“*multitalented*”) e ter uma ampla gama de experiências:

“educacionalmente qualificada, habilidade comunicacional um atento e calculista estrategista, tecnologicamente proficiente, poliglota, avidamente interessado nos assuntos da atualidade, conhecimento sobre assuntos políticos em muitos países, respeitar a variedade de costumes e etiquetas, e experiência em trabalhar em um número de países, com uma fala aos gestores” (p.6).

Alem disso, cabe destacar que o profissional de Relações Públicas que irá atuar na esfera internacional, se encontrará em um campo multidimensional. Complementando, nota-se a construção de um campo interdisciplinar, em que é necessário ter um conhecimento aprofundado sobre as diversas culturas e, também, entender de política, economia, tecnologia e dominar diversos idiomas. Como é possível perceber, as Relações Públicas Internacionais é um campo complexo de atuação, necessitando o desenvolvimento de novas perspectivas que permitam o aprofundamento do conhecimento sobre a área ampliando os horizontes de atuação para a área.

Bibliografia

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de relações públicas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

ARONOFF, Craig E. and BASKIN, Otis W. . Public relations : the profession and the practice. St. Paul: West, c1983. ASANTE, 1995

BLACK, Sam. *ABC de las relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000 S. A ., 1994.

_____. *Casos de relaciones públicas internacionales*. Barcelona: Gestión 2000 S. A ., 1994.

BRAILLARD, Philippe; DJALILI , Mohammad-Reza. *Relations Internationales: Que*

³³ “(...)organizations venturing into this environment do so with an unsteady road map to success”

sais -je? Paris: PUF,1988.

BRASIL, Avio Arouca. Relações Públicas Internacionais. Revista Comunicação e Relações Públicas. São Paulo, julho de 1977.

BÜRMAN, Janine. *Think global, act local*. IPRA Frontline: Vol. 25, issue 2, June, 2003, p. 18.

CANFIELD, Bertrand R.. Relações Públicas Internacionais. In: FISCHER, Heinz-Dietric, CALHOUN, John. Org.. Comunicação internacional: meios, canais, funções. São Paulo: Cultrix, 1975. 581 p

CULBERTSON, Hugh, CHEN, Ni. *International public relations: a comparative analysis*. New Jersey, 1996.

DOZIER, D. M.. The organizational roles of communication and public relations practioners. (p.327-355) In: GRUNIG, J.E.. *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1992.

DYSON, Tim. *A world of difference*. IPRA Frontline: Vol. 25, issue 2, June, 2003, p. 23-26.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. 2. ed.rev.aum. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

FRANÇA, Fábio. *Públicos : como identificá-los em uma nova visão estratégica*. São Caetano do Sul : Difusão, 2004.

_____. *Relações Públicas: Visão 2000*. In: *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira, 1998.

GRUNIG, J.E.. *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1992.

HELD, David, MCGREW, Anthony. *Prós e contras da globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, c2001. 107 p.

HESSE, Wolfgang. *Implementing Blueprint*. IPRA Frontline: Vol. 24, issue 1, March 2002, p.27.

HUNTINGTON, Samuel P.. *O choque de civilizações e a recomposição da ordem mundial*. Rio de Janeiro : Objetiva, 1997.

KUNSH, Margarida Maria Krohling. Org. Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Thomson, 1997.

KUNZIK, Michael. *Transnational Public Relations by foreign governments. In: SRIRAMESH, Krishnamurthy e VERCIC, Dejan (Ed.). The global public relations handbook: theory, research, and practice.* Nahwah : Lawrence Erlbaum, 2003.

MCLUHAN, Marshall. A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Nacional, 1972.

MINTZBERG, Henry. Ascensão e queda do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2004. 359 p.

MINTZBERG, Henry. e QUINN, James Brian O processo da estratégia. 3. ed. Porto Alegre : Bookman, 2001.

MOLLEDA, Juan-Carlos, e QUINN, Candance. Cross-national conflict shifting: a global public relations dynamic. *Public Relations Review* 30, nº1, March 2004.

MORLEY, Michael. How to manage your global reputation: a guide to the dynamics of international public relations. Washington Square, NY: New York University Press, 2002.

OVAITT, F. Jr. *PR without boundaries: Is Globalization an option?* *Public Relations Quaterly*, 33, 5-9.

RIBEIRO, Anely. Aspectos sobre relações públicas internacionais, cultura e linguagem. NP 05 – Relações Públicas e Comunicação organizacional, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM: 2004.

SANTOS, Boaventura Sousa (Org.). A globalização das Ciências Sociais. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SHERWIN, Gregory R.. *Connecting online: creating a successful image on the internet.* Oregon: Oasis, c1999.

SRIRAMESH, Krishnamurthy e VERCIC, Dejan (Ed.). *The global public relations handbook: theory, research, and practice.* Nahwah : Lawrence Erlbaum, 2003.

TAYLOR, Maureen. International public relations: oportunities and challenges for the 21 st century. In: HEATH, Robert L. (Ed.). *Handbook of public relations.* U.S.A: Sage Publications Inc., 2001, p.625-637.

THEAKER, Alison. *The public relations handbook.* London: Routledge, c2001.

THORTON, Gail S.. A world of choice. IPRA Frontline: Vol. 26, issue 1, March 2004, p. 14-15.

TOFFLER, Alvin. A terceira onda. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VENANZI, Augusto De. Globalización y corporación: el orden social en el siglo XXI. Barcelona: Anthropos, c2002.

VERCIC, Dejan, GRUNIG, Larissa A. e GRUNIG, James E.. In: CULBERTSON, M Hugh; CHEN, Ni. *International public relations: a comparative analysis*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

WAKEFIELD, Robert I.. Interdisciplinary theoretical foundations for international public relations. In: CULBERTSON, M Hugh; CHEN, In: *International public relations: a comparative analysis*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

WAKEFIELD, Robert I . Effective Public relations in the Multinational Organization In: HEATH, Robert L. (Ed.). *Handbook of public relations*. U.S.A : Sage Publications Inc., 2001.

WOLTON, Dominique. Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Relações Públicas e o marketing. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). *Obtendo resultados com Relações Públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.

ZAHARNA, R.S. Intercultural Communication and International Public Relations: Exploring Parallels. *Communication Quarterly*, Vol.48, No 1, Winter 2000, p.85-100.

ZAHARNA, R.S., e VILLALOBOS, Juan Cristobal. *A Public Relations tour of embassy row: the Latin diplomatic experience*. *Public Relations Quarterly*. Winter 2000, p.33-37.