

## **Ensino-aprendizagem em Relações Públicas e o desafio de uma parceria intercultural<sup>1</sup>**

Célia Maria RETZ GODOY DOS SANTOS<sup>2</sup>

Maria Eugênia PORÉM<sup>3</sup>

Raquel CABRAL<sup>4</sup>

Tamara S. B. GUARALDO<sup>5</sup>

Angélica Ap. Parreira Lemos RUIZ<sup>6</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### **Resumo**

O artigo apresenta a experiência intercultural da parceria internacional de ensino-aprendizagem em Relações Públicas, entre a Unesp (Brasil) e a Universidade de Sevilha (Espanha). O objetivo é realizar uma reflexão sobre a interculturalidade e apresentar resultados preliminares desta experiência acadêmica, destacando os desafios e o papel das Relações Públicas na promoção do diálogo entre ambas universidades. Para tanto, busca-se compreender a identidade das Relações Públicas e a interculturalidade; descrever a parceria internacional e, finalmente, apresentar a vivência intercultural. A metodologia de pesquisa participante expõe resultados dos processos de interculturalidade entre os envolvidos, que buscam com essa parceria criar um ambiente intercultural que favoreça o ensino-aprendizagem e a vivência teórica e prática no ensino de Relações Públicas.

**Palavras-chave:** Relações Públicas; interculturalidade; ensino-aprendizagem.

### **Introdução**

Esse artigo discute questões de convergência cultural na implantação de uma parceria internacional de ensino-aprendizagem de Relações Públicas. Para isso, apresenta uma reflexão aprofundada sobre a identidade das Relações Públicas, como campo de conhecimento e atividade profissional. Também discute a questão da interculturalidade na formação de futuros profissionais e cidadãos conscientes da conjuntura internacional e do papel da comunicação no mundo globalizado e sua conexão com o mercado. De modo específico, relata o início de uma parceria entre duas universidades do Brasil e da Espanha, discutindo neste recorte, mais especificamente, as convergências e dificuldades comunicacionais oriundas desta interação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação em Foz do Iguaçu-PR (Brasil), evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação INTERCOM 2014.

<sup>2</sup> Profª Doutora do Curso de Relações Públicas da Unesp, Bauru-SP. E-mail: celiaretz@faac.unesp.br

<sup>3</sup> Profª Doutora do Curso de Relações Públicas da Unesp, Bauru-SP. E-mail: meporem@faac.unesp.br

<sup>4</sup> Profª Doutora do Curso de Relações Públicas da Unesp, Bauru-SP. E-mail: raquelc@faac.unesp.br

<sup>5</sup> Profª Doutora do Curso de Relações Públicas da Unesp, Bauru-SP. E-mail: tamara@faac.unesp.br

<sup>6</sup> Diretora Acadêmica da FAAC, Unesp, Bauru-SP. E-mail: angelica@faac.unesp.br

Como metodologia de investigação se utiliza a pesquisa participante, pois os pesquisadores são parte da parceria estudada, participam de sua implementação e atividades, e como grupo vivencia a experiência que é objeto de sua investigação. Esse tipo de pesquisa "[...] pode ter a finalidade de observar os processos comunicativos interpessoais, grupais ou comunitários [...] e se originar do interesse do investigador ou de um grupo que objetiva conhecer melhor seus processos de comunicação" (PERUZZO, 2005, p. 136-7).

### **A identidade das Relações Públicas: aportes para sua compreensão**

No início de 1920, Edward Bernays usava o termo *conselheiro em relações públicas* para significar que esse era um novo profissional, cuja função, diferente do antigo assessor de imprensa, deveria primar pela transparência ideológica e “a saúde editorial do seu negócio” (RUDIGER, 2014, p.57). Para Bernays, até o final de 1940, Relações Públicas era um campo da propaganda que “se especializa em interpretar as empresas [e] suas ideias para o público, ao mesmo tempo [em] que interpreta o público para os promotores dessas [...]” (LENNON, 1999, p. 153).

Na época, Bernays se apresentava como *consultor de relações públicas* no intuito de “marcar posição e se diferenciar da massa de assessores de imprensa [e] dos profissionais de publicity” (RUDIGER, 2014, p.56), os quais sofriam duras críticas de origem populista, enfatizando a cobertura negativa da imprensa e as vinculações das empresas jornalísticas aos interesses políticos e econômicos dominantes. Para ele, a expressão *relações públicas* se referia ao campo de intervenção do profissional e a efetiva novidade estava na palavra *consultoria*, pois esse seria um especialista em comunicação das organizações com o público. Na verdade, em 1906 quando Ivy Lee foi contratado como assessor de imprensa na indústria de carvão, a expressão *conselheiros em relações públicas* já era conhecida como primordial para os negócios. Posteriormente, Lee cunha a expressão *publicityman* para nomear os profissionais que orientariam os trabalhos dos jornalistas e assessores de imprensa nas tarefas que envolviam imagem pública de seus patrões e veiculações de notícias favoráveis pelos meios jornalísticos. A essência desta expressão estava em reconhecer que apregoar ideias que afetavam pessoas, mesmo quando estas não se interessavam por elas, dependia da concordância dessas com tais ideias. De tal modo que, mesmo com esse reconhecimento da importância da opinião pública no processo de comunicação, esses pioneiros procuravam identificar - ou por meio do trabalho de

assessoria de imprensa (*publicity* de Lee) ou com base no princípio de persuasão da propaganda (*consultor de relações públicas* de Bernays) - as relações públicas, no sentido de influência entre público e organizações.

Com o passar dos anos, essa tendência se solidificou e a evolução dessa profissão ganhou consistência, suportada por investigações e ensino especializado. No contexto atual, o profissional de relações públicas assume cada vez mais sua identidade na gestão estratégica da comunicação, menos preocupada com as relações com a mídia e a hipervalorização da imagem midiática e mais centrada nos relacionamentos e no “ser” organizacional.

No seu papel organizacional, o relações-públicas se assume como uma profissão promotora da comunicação bidirecional, no sentido de encontrar o equilíbrio e harmonizar as relações entre os públicos e as organizações, muitas vezes, aspectos de difícil concretização.

Partindo dessa perspectiva e em vista da sutileza do equilíbrio de interesses, da falta de clareza na definição da identidade das relações públicas junto às organizações e da profissão em si ser pouco compreendida, Grunig (2009) destaca que a mesma não deve ser confundida com outras funções gerenciais, mas ser reconhecida como responsável pela gestão da comunicação entre uma organização e seus públicos, ou seja de seus relacionamentos.

Não por acaso, Simões (1995, p.45) sinaliza que “o termo Relações Públicas é polissêmico, isto é, possui vários significados. Verifica-se esta asserção observando-se o discurso de todos aqueles que tratam do assunto, pois com estas duas palavras visam identificar vários objetos”.

Este mesmo autor ainda afirma que os vários tratamentos conceituais para explicar o termo Relações Públicas, sendo empregado para designar muitos objetos sociais, dificulta o seu entendimento, tanto no ambiente empresarial e escolar quanto entre os leigos.

Segundo França (2003, p.129) “é difícil tentar encontrar os caminhos pelos quais se chegou à formação do conceito de relações públicas no Brasil. Polissêmicas em suas manifestações, elas fazem que cada interlocutor as veja na medida de sua percepção”.

Certamente que o impasse gerado em torno do termo Relações Públicas e que gera múltiplas interpretações, impregna o espaço escolar, na formação superior de estudantes, fato este que reflete em certa obscuridade identitária da profissão.

Por isso, estudiosos e pesquisadores do tema e profissionais da área têm buscado novos caminhos de reconhecimento. Nessa busca, se valorizam as competências, a formação acadêmica em instituições de ensino superior, as experiências em comunicação e gestão de relacionamentos, o conhecimento de línguas, o domínio da comunicação organizacional e novas tecnologias, a criatividade, a pró-atividade, a boa apresentação e a capacidade de expressão, a percepção crítica, bem como a capacidade de interiorizar valores sociais e culturais.

Realmente, se existe uma atividade que identifica o profissional de relações públicas é a construção de relacionamentos, pois, para Ferrari (2009) esse tem papel estratégico e gerencial ao definir políticas de comunicação e de relacionamento com e entre os públicos de uma organização. Por isso, os profissionais necessitam acompanhar de perto cada situação para poder gerenciar este processo, tomarem decisões assertivas, estarem preparados, responderem as problemáticas surgidas, valorizando o diálogo e a proximidade independente das distâncias e conhecendo as diferenças existentes entre os públicos com os quais querem se relacionar.

Ademais, novas formas de lidar com a comunicação mediada pelo computador, tais como: temporalidades diversas (e-mails e mensagens em tempo real), flexibilidades de práticas e apropriações, interações sociais mediadas pela Internet (redes sociais), abrangência geográfica de redes, trazem a esse profissional outros desafios que incluem a interculturalidade, em novas áreas de atuação com diferentes públicos e situações que implicam no conhecimento não só sobre comunicação, mas técnicas, instrumentos, metodologia e planejamento no ambiente circundante das Relações Públicas.

E, em tempos de globalização econômica e mundialização da cultura, nunca foi tão importante a formação intercultural. Nesta linha, cabe ao profissional de relações públicas, também designado como o gestor de relacionamentos, a formação de competências interculturais.

### **Contextualizando os aspectos interculturais**

Pensar em integração de culturas também implica destacar a importância do desenvolvimento de temas que discutam a internacionalização do conhecimento, o que pressupõe uma reflexão aprofundada sobre a interculturalidade no contexto atual do ensino-aprendizagem especialmente no âmbito das Relações Públicas.

Em um mundo cada vez mais multicultural, o fenômeno da globalização coloca em evidência a necessidade da análise das formas pelas quais as culturas se relacionam umas com as outras, e simultaneamente, da consciência em relação aos valores que partilham. Segundo o Relatório Mundial sobre a Diversidade Cultural publicado pela UNESCO, em 2009, essa inter-relação e interdependência entre culturas estão levando nossas sociedades ao desenvolvimento de um diálogo intercultural, necessário para a convivência em um mundo diverso, no qual as interações culturais se tornam cada vez mais frequentes.

No âmbito da educação, a vivência multicultural já é realidade em muitos países, especialmente naqueles que convivem de longa data com o fenômeno da imigração. Países como Estados Unidos e os principais destinos migratórios do continente europeu vivem essa realidade de maneira cotidiana, e de fato, sua complexidade se configura como um desafio e ao mesmo tempo uma oportunidade ao ensino-aprendizagem realmente intercultural. No ensino superior, esse fenômeno ocorre de maneira ainda mais intensa, já que a globalização do conhecimento pressupõe a partilha e socialização do saber, de resultados de pesquisa, investigações científicas e transferência tecnológica entre nações de forma constante e vital para a sua consolidação e reconhecimento internacional.

Por outra parte, ainda sobre essa reflexão, também cabe discutir sobre a própria noção de interculturalidade, já que o termo abrange diversas perspectivas conceituais e posicionamentos teóricos distintos. Conforme explica D'Ávila Lopes (2012, p. 69), ao refletir sobre interculturalidade é fundamental diferenciá-la de multiculturalismo:

Virgilio Alvarado (2003) distingue claramente os dois conceitos ao afirmar que, enquanto o Multiculturalismo propugna a coexistência num mesmo espaço social de culturas diferentes sob o princípio da tolerância e do respeito à diferença, a Interculturalidade, ao pressupor como inevitável a interação entre essas culturas, propõe um projeto político capaz de estabelecer um diálogo entre elas, como forma de garantir uma real convivência pacífica.

Como se observa, a interculturalidade implica em uma efetiva integração, na qual a negociação e o diálogo pautam a dinâmica de interação cultural. Nesse sentido, Alvarado (2003 apud D'ÁVILA LOPES, 2012, p. 69) aponta algumas das principais características em relação ao conceito de interculturalidade:

[...] a) é um conceito dinâmico que supera o Multiculturalismo ao reconhecer a sociedade como um espaço de permanente interação; b) propugna não apenas o respeito à diversidade cultural, mas a necessidade da convivência e troca de experiências; c) procura recriar as culturas existentes, reconhecendo que se encontram em permanente transformação; d) propõe uma nova síntese cultural, o que implica a

reelaboração dos modelos culturais preconcebidos; e) pressupõe a interação entre as culturas que, embora muitas vezes tensa, pode ser regulada.

Partindo dessa reflexão, podemos interpretar a interculturalidade mediante a possibilidade de que por meio dela é possível propiciar as condições ideais para que novos olhares e outras interpretações possam transformar realidades. Essa possibilidade abrange toda a sociedade, inclusive, nossas instituições. Nesse sentido, pensar na interculturalidade no âmbito organizacional implica também em um novo olhar sobre a cultura organizacional na contemporaneidade. A frequência da integração de equipes de trabalho interculturais em organizações do mundo todo oferece outro arranjo para os estudos sobre cultura.

Nessa linha de pensamento, os estudos sobre cultura são desenvolvidos a partir de vários campos do conhecimento, seja a partir da antropologia, sociologia, psicologia e, entre outros, da comunicação. Inclusive alguns autores entendem a cultura em interação com a própria noção de comunicação, visto que ela:

[...] pode ser percebida como um fenômeno da comunicação, assim como também a comunicação pode ser compreendida a partir da instância da cultura, pela qual seria possível captar as lógicas que regem as relações, as contradições, as mediações e os processos de construção e compartilhamento de sentidos (CURVELLO, 2006, p.253).

Falar sobre cultura implica em identificar as várias correntes que tratam sua concepção teórica. Podemos resumir sua abordagem conceitual a partir de duas linhas teóricas clássicas: uma delas que concebe os campos (social e cultural) como distintos, mas inter-relacionados e a outra como um sistema sociocultural, no qual a cultura faz parte do sistema social, ou seja, é um componente manifestando-se em comportamentos e atitudes.

No campo das organizações também são várias as definições de cultura que incorporam a dimensão de poder como agente de legitimação e de ocultação e a ideologia vivenciada pelos membros da organização. Como comenta Ferrari (2009, p. 185) a “cultura nacional deixa marcas na sociedade e no mundo dos negócios”, mas também “os relacionamentos transculturais” influenciam na cultura organizacional. Por isso, seja observando a rotina das organizações ou definindo os impactos das diferentes culturas sobre ela, cabe ao relações-públicas conhecê-las com vistas a otimizar os processos de relacionamento entre os públicos por meio da comunicação. Daí a influência dos relacionamentos interculturais, “tanto na prática das relações públicas, como no papel desempenhado por este profissional” junto às organizações (FERRARI, 2009, p. 185).

Enfim, a interculturalidade pressupõe a troca de experiências entre indivíduos com culturas diversas, que por vezes ultrapassa a dimensão linear da socialização de informações numa organização, sendo que o espaço entre os interlocutores varia de cultura para cultura e adquire significados distintos. O tom e as inflexões de voz numa conversa, a maneira de pronunciar as palavras, a escolha dos termos, os movimentos do corpo, a interrupção do interlocutor, a utilização dos lugares, são alguns exemplos de competências reveladoras da capacidade comunicativa que deve ser apropriada pelas Relações Públicas.

Nesta perspectiva, pondera-se que a interculturalidade deva ser um dos aspectos trabalhados nos currículos escolares de formação superior em Relações Públicas, uma vez que é intrínseco a este profissional a capacidade de legitimar o diálogo com diversos públicos, agora globais. A diversidade de culturas e subculturas em que estes futuros profissionais estarão sujeitos a dialogar faz emergir a necessidade de uma formação que apreenda as culturas e suas subjetividades; os modos de pensar e agir de cada população e de como tudo isso interfere no relacionamento entre organizações e seus públicos.

Não por acaso, muitas instituições de ensino superior buscam formar parcerias internacionais de modo que possam, a partir de uma experiência entre culturas diferentes, fazer emergir o aprendizado intercultural, do “olhar para o outro” e do aprender com ele, para formar profissionais cidadãos do mundo, aptos a trabalhar em mercados globais e, ao mesmo tempo, conscientes dos seus deveres e direitos como cidadãos globais.

### **A parceria intercultural entre a Unesp e a Universidade de Sevilha**

Desde 1995 a Universidade de Sevilha desenvolve um modelo de ensino-aprendizagem no curso de Publicidade e Relações Públicas a partir de situações reais do mercado de trabalho profissional dessas áreas, e que envolve produção coletiva de conhecimento, trabalho em equipes de alta performance, postura, gestão do relacionamento, posicionamento profissional, estratégia e criatividade. Todos eles estruturados por uma visão crítica e sistemática na formação de futuros profissionais e cidadãos conscientes da conjuntura internacional e do papel da comunicação no mundo globalizado e sua conexão com o mercado.

Em linhas gerais, esse modelo de ensino-aprendizagem parte de uma situação problemática real de mercado, em que é apresentado um cliente a grupos de estudantes que se tornam agências de comunicação. Estas, de forma competitiva e, ao mesmo tempo, colaborativa, tem como objetivo desenvolver uma campanha de comunicação para atender

às demandas solicitadas pelo cliente. Para o estudante, essa experiência se constitui numa oportunidade singular a partir do momento em que se estabelece uma interação efetiva mediante um *briefing* real. Cria-se, deste modo, um processo de aprendizagem no qual inúmeras situações são produzidas e vivenciadas aproximando-o do cotidiano de uma agência de comunicação.

Partindo dessa proposta e pensando no impacto que o fenômeno da globalização produz na dinâmica do mercado atual, em 2014 esse modelo de ensino-aprendizagem espanhol inicia sua versão internacional mediante um Acordo de Cooperação entre a Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Bauru-SP, e a Universidade de Sevilha (Espanha). Nessa nova configuração, essa parceria assume um forte componente intercultural a partir do momento em que se compreende a fundamental importância da interação e integração entre culturas na conformação de estratégias internacionais de comunicação.

Nesse contexto, surgem novos desafios que buscam contrapor as demandas do mercado global com as novas diretrizes das instituições de ensino superior do mundo todo que visam à internacionalização do ensino-aprendizagem e da pesquisa em Relações Públicas.

Na Espanha, mais especificamente em Sevilha, o ensino de graduação em Relações Públicas está articulado com a área de Publicidade e Propaganda. Na realidade, o curso de graduação se concretiza justamente como Relações Públicas e Publicidade em muitos países do espaço comum europeu. Esse fato transforma substancialmente a formação do aluno de graduação e futuro profissional, outorgando-lhe uma diversidade de conhecimentos teóricos e habilidades técnicas importantes no contexto mercadológico e sociocultural de inserção profissional naqueles países.

Do mesmo modo, o curso de graduação em Relações Públicas no Brasil, especialmente na Unesp do campus de Bauru-SP, ao atender as diretrizes curriculares nacionais da profissão, reconhece igualmente a importância de uma visão e identidade brasileira e latino-americana, na qual se privilegia outros conhecimentos teóricos e habilidades técnicas específicas, com um forte conteúdo humanístico. Cabe lembrar que no Brasil, o curso de Publicidade e Propaganda é concebido separadamente do curso de Relações Públicas, o que pressupõe uma diferenciação entre as áreas, conhecimentos, legislação e reconhecimento profissional específico.

É importante ressaltar que muito embora em ambas as concepções político pedagógicas do curso de Relações Públicas na Espanha e no Brasil existam diferenciações, especialmente voltadas para a formação técnica em habilidades específicas, também encontramos convergências em termos de conteúdos teóricos que fundamentam a profissão no âmbito internacional. Pode-se citar como exemplo, para a reflexão, algumas disciplinas previstas no currículo espanhol: laboratórios de fotografia, som e imagem, direção de arte, noções de produção cinematográfica, criatividade e estratégia publicitária e outras diretamente relacionadas à publicidade, que formam parte dos créditos obrigatórios. Por outro lado, algumas convergências são visíveis quando encontramos disciplinas de marketing, publicidade no terceiro setor, economia, teorias da comunicação, imagem e comunicação corporativa, teorias e técnicas de relações públicas, que embora assumam nomenclaturas distintas possuem similaridades de conteúdos com disciplinas do currículo acadêmico do curso de Relações Públicas da Unesp-Bauru.

Sendo assim, o plano de integração e convergência de conhecimentos teóricos e técnicos na parceria internacional em Relações Públicas em ambas as universidades se torna algo complexo, desafiador e necessário. Além dos aspectos inter e transdisciplinares, a integração entre as distintas culturas passa a ser um objetivo que fundamenta a razão de ser da própria noção de internacionalização do ensino-aprendizagem em Relações Públicas.

Iniciativas como essa representam não apenas uma oportunidade legítima de aproximação do estudante de graduação a situações reais de atuação e da dinâmica profissional, mas também alinha um dos grandes objetivos das nossas universidades atuais que gira em torno da internacionalização e seus desafios. De fato, como se observa, a mencionada iniciativa reconhece a importância do debate intercultural para a sensibilização e compreensão dos conflitos organizacionais atuais, que já não conhecem fronteiras e requerem uma gestão integrada de talentos, visão estratégica e criatividade. Como também, o desafio em se estabelecer uma parceria de ensino-aprendizagem em Relações Públicas entre duas universidades de continentes distintos, revela, a partir da experiência vivenciada pelos participantes, ser rico e desafiante, uma vez que prevalece o intercâmbio e a negociação de culturas acadêmicas diferentes e perspectivas de formação com realidades políticas, sociais, econômicas e mercadológicas particulares. Os resultados preliminares apresentados por essa experiência destacam a importância do diálogo e da comunicação intercultural como componentes indissociáveis para a sua efetividade.

## **Resultados Preliminares<sup>7</sup>: Ensino-aprendizagem em Relações Públicas e o desafio de uma parceria intercultural**

São inúmeras situações que exigem que os indivíduos se comuniquem para estabelecer relacionamentos, definir estruturas ou explorar um campo de conhecimento. Estas comportam vários traços característicos, impactam fortemente na parceria intercultural desenvolvida pelas universidades, e porque não dizer, na sua identidade internacional.

Desse modo, à luz do referencial teórico e a partir da aplicação de metodologia de pesquisa participante, como modalidade de estudo qualitativo, se exige “o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar interesses e fatos” (PERUZZO, 2005, p.126).

Importante frisar que, conforme referencial teórico apresentado e a realização da experiência pode-se observar fatores que nos parecem englobar de forma significativa as transformações concretas desta parceria em relação à interculturalidade, quais sejam: 1. Temporalidade; 2. Características dos participantes e o diálogo intercultural; 3. Aspectos culturais; 4. Identidade das Relações Públicas.

Em relação ao primeiro fator, ao analisar a *temporalidade* entre as duas universidades, reconhecemos que ambas estão marcadas por atributos particulares no que se refere às diferenças de fuso horário, calendário escolar em dias e períodos distintos, o gozo das férias e recessos acadêmicos, além da própria noção de tempo em ambas as culturas que ainda desafia a dinâmica da integração dos grupos de docentes e estudantes. Não se trata de discutir o tempo cronológico, ditado pelo relógio, mas em compreender as concepções político-ideológicas que sinalizam presente, passado e futuro com trajetórias históricas distintas. Nesses distintos processos históricos, a noção de tempo imprime em cada cultura uma forma de ver e entender os acontecimentos e, ao mesmo tempo, de trabalhar com as variáveis do futuro, um aspecto extremamente estratégico no ensino-aprendizagem de Relações Públicas.

Contudo, cabe reconhecer que esse processo está sendo desenvolvido à medida que a integração intercultural se consolida. A compreensão de estruturas de significados

---

<sup>7</sup> Apresentam-se os resultados preliminares, uma vez que no momento de elaboração do artigo, a parceria está em processo de implementação por ambas universidades.

distintos para ambas as culturas em relação ao tempo nos leva a buscar aproximações efetivas mediante o estudo e conhecimento das práticas culturais diárias das mesmas.

Já em relação ao segundo fator, *características dos participantes*, podemos observar as singularidades e particularidades entre os cursos de Relações Públicas na Unesp e Relações Públicas e Publicidade na Universidade de Sevilha, nos quais alguns elementos teóricos e metodológicos entram em negociação. A partir do momento em que se identificam convergências ou divergências importantes, se estabelece um cenário de diálogo intercultural para o tratamento dessas particularidades que afetam todo o processo. Nem sempre a presença de divergências pode ser algo negativo, tanto em relação a conteúdos teóricos ou técnicos como em relação às características culturais que nos fazem distintos. Por essa razão, entende-se que mesmo diante de todos esses atributos distintos, elas nos levam a convergir a objetivos e desafios comuns. E este é o nosso ponto de encontro.

A língua e a necessidade de interlocutores qualificados, que participam das decisões, negociações e discussões formais e informais, além das relações de poder entre orientandos e orientadores, mentores ou parceiros se destacam como elementos essenciais que nos levam a discutir e refletir sobre a característica intercultural desta parceria e nos oferecem oportunidades ímpares para pensar a diversidade de olhares e perspectivas do processo comunicacional.

Em relação ao terceiro fator, *aspectos culturais*, entendemos que ele está presente de forma transversal. Primeiramente, em relação à cultura linguística, cabe refletir sobre o papel fundamental da língua como meio de transmissão de cultura e concepções de mundo, conforme aponta a UNESCO (2009, p. 12):

As línguas são os vetores das nossas experiências, dos nossos contextos intelectuais e culturais, dos nossos modos de relacionamento com os grupos humanos, com os nossos sistemas de valores, com os nossos códigos sociais e sentimentos de pertencimento, tanto no plano coletivo como individual. Sob o ponto de vista da diversidade cultural, a diversidade linguística reflete a adaptação criativa dos grupos humanos às mudanças no seu ambiente físico e social. Nesse sentido, as línguas não são somente um meio de comunicação, mas representam a própria estrutura das expressões culturais e são portadoras de identidade, valores e concepções de mundo.

Como se observa, através da língua, a diversidade cultural se perpetua, se atualiza e se dinamiza na interação das práticas sociais entre seus próprios nativos e em relação com outras culturas linguísticas. É a partir da língua que os códigos culturais se traduzem em estruturas de significados que podem ser expressos mediante a fala, as expressões corporais e artísticas e as variáveis comportamentais. Essa diversidade de elementos e aspectos que

desenham uma cultura linguística é fundamental para a conformação da identidade, dos valores e concepções de mundo de cada cultura.

Para nosso propósito, ao compreender a complexidade e a riqueza desses aspectos culturais relacionados à língua e às estruturas de significados teóricos e comportamentais, a parceria interuniversitária busca desenvolver mecanismos de mediação, tradução e interpretação de ambas as culturas, a fim de promover o diálogo mediante a interação linguística. Nesse sentido, cabe pensar nas estratégias de comunicação, em especial de Relações Públicas, e negociação cultural em diversos momentos do processo de implantação e execução das atividades. A constante mediação, tradução, negociação e interpretação cultural, não apenas relacionada aos aspectos diretamente ligados à língua espanhola ou portuguesa do Brasil, mas também em relação aos sentidos e significados mais profundos da cultura de ambos os países, exige conhecimento consistente de seus códigos culturais e predisposição ao diálogo e as relações com o outro. Pode-se admitir que a atividade de Relações Públicas encontra seu lugar, especialmente ao considerar a gestão do relacionamento como um processo complexo de concessões, posicionamentos e negociação.

De fato, nessa dinâmica surgem questões relacionadas aos aspectos sócio-históricos de relacionamento entre ambas as culturas, como em todo processo de interação e integração cultural. Processos que foram historicamente construídos deixam marcas profundas em qualquer diálogo, criação e cooperação, em especial, em relação a um projeto conjunto. Contudo, frente aos desafios e reconfigurações que o próprio fenômeno da globalização nos interpela nos dias atuais, certas dicotomias históricas começam a ser relativizadas, já que o mundo contemporâneo se transformou e continua se modificando constantemente. Observa-se que, ao mesmo tempo em que a interação cultural assume o desafio outorgado pela globalização na aproximação de culturas em vista de fluxos humanos e financeiros, ela também constrói novos processos históricos que reinterpretam constantemente nossos valores, nossa forma de ver o mundo e nossa própria história.

Por último, mas não menos importante, sobre a *identidade das Relações Públicas*, cabe observar a relevância que esta área e profissional assumem diante do cenário internacional e intercultural. E, ainda acrescentar a necessidade de manter atenção à formação na área, especialmente, no âmbito do ensino superior.

Apesar das diferenças destacadas nos currículos dos cursos das duas universidades e, por conseguinte, o evidente viés pedagógico na formação superior dos estudantes, estas

se reverteram em um ponto expressivo de negociação de significados entre os participantes que os tem induzido a produção de um diálogo permanente sintonizado com as diferentes rotinas universitárias.

A experiência em Relações Públicas dos participantes de ambas as universidades foi o ponto de convergência e engajamento para que a parceria pudesse se concretizar. Com isso, reforça-se a identidade das Relações Públicas na construção de relacionamentos por meio da comunicação bidirecional, a busca da harmonização entre os significados de culturas distintas e o foco no equilíbrio de interesses. Numa perspectiva global o diálogo é essencial e as Relações Públicas, segundo Heath (2001, p.36):

[...] é a função de gerenciamento que retoricamente adapta as organizações aos interesses das pessoas e os interesses das pessoas às organizações através da co-criação do significado e do co-gerenciamento de culturas para poder alcançar relações de benefício mútuo.

A autora enfatiza que o diálogo, ou seja, a comunicação é imprescindível para que os indivíduos tentem reconsiderar as diferenças, “criem zonas compatíveis e complementares de significados” (HEATH, 2001, p.37), busquem o envolvimento e o comprometimento das pessoas para legitimar suas ações, procurem concordância ou cooperação, conheçam e entendam uns aos outros, refinem e modulem seus pensamentos e preferências; justifiquem seus atos de responsabilidade perante os outros e, finalmente, dialogue com as diferenças.

Deste modo, ao mesmo tempo em que esta parceria possibilitou outras experiências, ofereceu também a oportunidade de ouvir, observar e refletir sobre outra cultura e país, em diálogos e reuniões presenciais e à distância via rede web influenciou na percepção sobre tal cultura, criou um sistema particular de significados, construiu conhecimentos e aprendizado intercultural, discutiu o ensino-aprendizagem na área, agregou experiências individuais e novos significados, configurando-se numa maneira de aprender com outras culturas e não apenas sobre elas.

Finalmente, as Relações Públicas a partir de uma perspectiva intercultural, se materializou na interação com o outro e no entendimento de que sua cultura propicia reflexões sobre o próprio “eu”, abrindo espaço para consolidar as identidades dos cursos (Unesp e Universidade de Sevilha) como resultado das interações entre os participantes e da dinâmica do processo de interação.

## **Algumas Considerações**

Com a experiência intercultural da parceria internacional de ensino-aprendizagem em Relações Públicas, entre a Unesp (Brasil) e a Universidade de Sevilha (Espanha), pode-se observar a importância das Relações Públicas em um ambiente global, especialmente na promoção do diálogo entre interlocutores de países diferentes.

A partir da vivência intercultural, da negociação de sentidos e significados globais e locais, emergem particularidades e peculiaridades e a busca por acomodações e equilíbrio entre pontos de vistas, tanto acadêmicos quanto profissionais, torna-se essencial.

Neste artigo procurou-se descrever essa vivência ao apresentar, a partir da identidade das Relações Públicas, questões desafiantes que emergem do diálogo intercultural. Se a interculturalidade é também interação social, em que há o respeito à diversidade cultural, a convivência e a troca de experiência (D'ÁVILA LOPES, 2012), pressupõem um permanente diálogo e ressignificação de visões, valores e pontos de vistas, muitas vezes, divergentes e contraditórios, não seria diferente em um ambiente intercultural de ensino-aprendizagem.

Logo, é um ambiente que pressupõe tensões e conflitos, em que a fronteira entre a concessão e a disputa é tênue, revelando a preocupação com a formação acadêmica e profissional de estudantes que possam pensar o “ser” e o “fazer” Relações Públicas em circunstâncias desafiadoras. Preparar o estudante para uma atuação profissional ampla e consciente requer um esforço na busca por modelos, metodologias e práticas pedagógicas que compreendam que num mundo dito globalizado e digital, novos paradigmas são estruturados. Uma das bases desses novos paradigmas, em nossa percepção, objetiva formar cidadãos interculturais, que compartilhem experiências e adotem posturas e condutas profissionais e pessoais para a concretização de uma sociedade mais democrática, livre e justa.

Adicionalmente, mercados globais emergem trazendo em seu bojo novos desafios empresariais e mercadológicos. Certamente que a formação acadêmica e profissional deverá responder a eles. Logo, busca-se por uma formação que facilite com que o estudante vivencie a teoria e a prática como elementos complementares e indissociáveis.

A parceria relatada, ainda em fase de implementação, tem o objetivo de criar um ambiente intercultural que favoreça esse aprendizado e facilite a vivência teórica e prática. Não é sem razão que quando relacionada ao curso de Relações Públicas de universidades de países diferentes pode-se vislumbrar, como complementação da formação tradicional, o

desenvolvimento de competências interculturais e habilidades especiais para promoção de um diálogo de permanente interação.

Vale frisar, que a identidade das Relações Públicas, como um campo de conhecimento, tem sido “cunhada” desde Ivy Lee, como um processo de comunicação e relacionamento, com faces indissolúveis entre interesses, necessidades e desejos dos públicos envolvidos.

## Referências

- CURVELLO, J.J.A.. **O desvendar das culturas organizacionais**. In: DUARTE J.; BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Altas, 2006, p. 253- 268.
- D’ÁVILA LOPES, A. M. Da coexistência à convivência com o outro: entre o multiculturalismo e a interculturalidade. Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana, **REMHU**, vol.20 n.38, Brasília, Jan./Jun 2012. Disponível em:[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1980-85852012000100005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1980-85852012000100005&script=sci_arttext) Acesso 23 jun.2014.
- FERRARI, M.A. A prática das relações públicas no cenário latino-americano. In: GRUNIG, J.E.; FERRARI, M.A.; FRANÇA, F. **Relações públicas: teoria, contexto, relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009. p. 175-207.
- FRANÇA, F. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: Umesp, Ano 24, n. 39, 1º semestre/2003, p.127-154.
- GRUNIG, J.E. Relações Públicas nos processos de gestão estratégica. In: GRUNIG, J.E.; FERRARI, M.A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2009. p.75-123.
- HEATH, R. A rhetorical enactment rationale for public relations: the good organization communicating well. In: HEATH R. (ed). **Handbook of public relations**. London:Sage, 2001. p.31-50
- LENNON, F. **Edward Bernays, el hombre que inventó las relaciones públicas**. Buenos Aires: Imagen, 1999.
- PERUZZO, C. M. K. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 125-145.
- RUDIGER, F. As relações públicas e o debate sobre a propaganda no período entre-guerras. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.37, janeiro/junho-2014, p.45 a 69.
- SIMÕES. R.P. **Relações Públicas: Função Política**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.
- UNESCO, Relatório Mundial sobre a Diversidade Cultural, In: UNESCO, **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**, 2009. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf> Acesso em 22 ago. 2012.