



Relações Públicas Internacionais no âmbito organizacional.¹

Emanuele Mendonça de FREITAS²

Daiane SCHEID³

Universidade de Caxias do Sul, RS.

RESUMO

Nas últimas décadas intensificaram-se os processos de globalização e internacionalização. Esse contexto exerce influência sobre o âmbito organizacional de modo que as organizações precisam de profissionais capacitados para atender a demanda. Este artigo destaca como o profissional de Relações Públicas pode atuar no âmbito do relacionamento internacional das organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Globalização, Internacionalização, Relações Públicas Internacionais.

Introdução

No decorrer do tempo, a tecnologia se modificou. Telefonemas substituíram telegramas, cartas viraram *e-mails* e, hoje em dia, é possível falar ao telefone e acessar a internet praticamente em qualquer lugar. A evolução tecnológica promoveu o processo de globalização. O mundo constitui-se em redes, o que facilita a comunicação. O contexto atual possibilita uma troca de informações momentânea. Dessa forma, é possível falar com pessoas de diferentes lugares do mundo instantaneamente.

Em um mundo moderno e acelerado, com relações comerciais internacionais intensificando-se, é necessário que os profissionais estejam capacitados para atender a demanda das organizações que se relacionam com públicos internacionais. Como estrategista da comunicação, o profissional de Relações Públicas deve aprimorar seu conhecimento para aplicá-lo em empresas que possuem relacionamentos internacionais. A tendência é que o profissional de Relações Públicas Internacionais torne-se cada vez mais necessário. Nesse sentido, o presente texto, resultado de uma pesquisa

¹ Trabalho apresentado na DT - Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom Júnior, evento componente do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 9º semestre do Curso de Relações Públicas da UCS, email: emfreitas@ucs.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Relações Públicas da UCS, email: dscheid@ucs.br



monográfica, pretende apontar como o profissional de Relações Públicas pode atuar no relacionamento internacional das organizações.

Globalização no âmbito organizacional

"A Terra mundializou-se de tal maneira que o globo deixou de ser uma figura astronômica para adquirir mais plenamente sua significação histórica". (IANNI, 2001, p.13) Ao ler as palavras de Ianni, pode-se entender que, no decorrer do tempo, o planeta Terra deixa de ser visto apenas como espaço físico para ganhar relevância como lugar onde o ser humano escreve a sua história. Ao invés de ser somente uma parte do Universo, o homem começou a trocar idéias e informações, buscando aprimorar seus conhecimentos. Neste contexto, as nações passam a compreender melhor umas as outras.

Soares (2007) relata que a globalização é a mudança da economia capitalista e possui ideologias que não se restringem à economia. Ou seja, pode-se entender a globalização como um processo que abrange vários fenômenos, gerando diferentes impactos em diversas áreas e fazendo com que a troca de bens e serviços cresça, internacionalizando a economia.

Segundo Rodrigues e Honório (2006), a literatura especializada em gestão internacional conceitua a internacionalização como o movimento de operações de uma firma para o exterior. Este movimento envolve um conjunto de decisões que têm por base critérios objetivos e avaliação de estratégias de entrada em mercados estrangeiros. Seguindo esta linha de raciocínio, Nakano (1994) relata que a partir do momento em que a atividade econômica cruza as fronteiras nacionais, o mercado mundial deixa de ser somente internacionalizado para se tornar cada vez mais globalizado, com uma crescente harmonização econômica e institucional.

Atualmente, empresas do mundo inteiro são afetadas por uma série de transformações que estão ligadas às alterações mercadológicas, à globalização e à flexibilidade empresarial necessária para manter a competitividade diante de uma concorrência cada vez mais ativa. Nas palavras dos pesquisadores, "a busca das organizações deverá responder à consciência de uma comunicação globalizada, que esteja presente a cada momento e disponível para todos". (FRANÇA e LEITE, 2007, p. 12) Conforme os autores, o fenômeno globacional (comunicação globalizada) requer uma renovação de paradigmas no âmbito da comunicação organizacional, é preciso



caminhar junto com as novas ferramentas de produção e administração adotadas pelas empresas em busca de uma linguagem de gerenciamento que substitui as formas tradicionais.

Em um mundo globalizado, as empresas acabam se internacionalizando. Segundo Soares (2004), a internacionalização das empresas consiste em introduzir no planejamento estratégico da mesma o objetivo de buscar e manter negócios internacionais relacionados à importação e à exportação. Além disso, o autor relata que o mercado está mais aberto para a concorrência externa, dessa forma, empresas de qualquer porte enfrentam a concorrência de empresas e produtos provenientes do exterior, assim, pode-se dizer que elas estão internacionalizadas.

Conforme Pinpkin (2002), devido ao processo de exportação de produtos e serviços, as organizações precisam desenvolver uma capacidade que torne possível perceber e reagir de forma ágil e flexível às mudanças peculiares a cada mercado estrangeiro. Assim, levando em consideração as operações internacionais, é preciso que a organização aprenda continuamente e tenha habilidades para criar, adquirir e transferir o conhecimento adquirido internacionalmente. Dessa forma, é possível modificar o comportamento organizacional relativo à novas idéias vindas de diferentes ambientes externos. (PINPKIN, 2002)

A globalização alterou a dinâmica das organizações, o que resultou em um mundo mais interconectado, com novas práticas comerciais que decorrem, principalmente, da abertura dos mercados. O fenômeno também afeta a comunicação no âmbito do entendimento necessário sobre culturas, hábitos, crenças e costumes locais. (GIDDENS apud FERRARI, 2008).

Neste contexto, a análise dos cenários internacionais e locais e dos contextos político, econômico, social e cultural pode ser considerada uma atividade de Relações Públicas. Dessa forma, o profissional irá definir estratégias comunicacionais específicas para cada país ou região, independente de onde esteja uma organização. (FERRARI, 2008, p. 8)

O pensamento global influencia todas as camadas sociais e, dessa forma, acarreta mudanças que são sentidas em todas as profissões. Assim como o mundo se adaptou às mudanças, o profissional de Relações Públicas também deve se adaptar ao contexto global.



Relações Públicas e a comunicação

No decorrer do tempo, foram elaboradas diversas definições para a atividade de Relações Públicas. Entre as várias noções encontradas em livros na área, encontram-se autores (entre eles Cândido Teobaldo de Souza Andrade e Frank Jefkins) que comentam que o objetivo das Relações Públicas é estabelecer um clima duradouro e consistente de boa vontade e compreensão entre a instituição e seus públicos. Conforme o mundo e o mercado evoluem, os conceitos da profissão também se modificam. Dessa forma, são apontados a seguir alguns conceitos que buscam definir a atividade realizada pelos profissionais de Relações Públicas.

No campo popular, a profissão é definida como a arte de tratar bem o público, bem como a arte de fazer as coisas certas e falar aos outros o que foi feito. Já no campo erudito, diz-se que Relações Públicas têm como área específica o comportamento coletivo, no agrupamento chamado "público". (ANDRADE, 1993).

Pode-se dizer que a atividade de Relações Públicas consiste em aplicar todas as formas de comunicação planejadas (internas e externas), entre a organização e o público que deseja atingir, no que diz respeito ao entendimento mútuo. (JEFKINS apud GARCÍA, 1999) Ou seja, o profissional de Relações Públicas utiliza as ferramentas de comunicação para que ocorra um entendimento entre a organização e seus públicos, acarretando uma compreensão de ambas as partes.

Segundo Black (apud GARCÍA, 1999), a profissão de Relações Públicas consiste em harmonizar o ambiente conjuntural, ou seja, buscar harmonia com o meio em que se está inserido, por meio da compreensão mútua, tendo por base uma informação completa e verdadeira.

Compreende-se então que o profissional de Relações Públicas busca harmonizar a instituição com seus públicos, minimizando ou evitando problemas de relacionamento entre ambos. A partir do momento em que a comunicação de uma empresa é eficaz, a comunidade a enxerga como uma organização transparente, preocupada com o bem-estar geral. Além disso, os colaboradores da instituição tomam conhecimento das atividades realizadas pela mesma e participam mais ativamente do funcionamento da organização.

Assim, percebe-se que o Relações Públicas deve ser um profissional preparado para atuar com diversos públicos e, entre diversas outras atividades, saber lidar com os



imprevistos de forma calma e confiante. Além disso, pode-se dizer que a atividade de Relações Públicas busca alcançar a compreensão do público para determinados programas de trabalho e realizações e, dessa forma, conquistar o apoio de pessoas e organizações influentes que possam, por meio de suas decisões e opiniões, contrariar ou favorecer os interesses da empresa. (JAMENSON, 1962)

O Relações Públicas é responsável por organizar um planejamento de comunicação que irá pressupor imagens do futuro e a definição a ser seguida pela organização neste contexto futurista. Além disso, o planejamento é um processo que exige conhecimentos, criatividade, aplicativos instrumentais e análises ambientais e conjunturais. (KUNSCH, 2003).

No âmbito organizacional, o planejamento permite a integração e o envolvimento de todo o conjunto de unidades interdependentes da organização e, dessa forma, facilita e unifica o processo de tomada de decisão. Além disso, a aplicação dos serviços de Relações Públicas se dá pela prestação de serviços de consultoria e assessoria. Segundo Kunsch (1997), o profissional atua com uma técnica especializada de relacionamento e tem por objetivo perceber as realidades da organização e da sociedade, os inter-relacionamentos mercadológicos e institucionais, as necessidades de comunicação e os envoltimentos harmônicos ou controversos com a sociedade.

O profissional de Relações Públicas tem por objetivo consolidar a marca de uma empresa, promovendo o conceito corporativo da mesma, e estabelecendo relacionamentos estratégicos com os públicos. Além disso, o mesmo deve estar atento para a cultura existente na organização.

No contexto de um mundo globalizado, a análise dos cenários internacionais e locais e dos contextos político, econômico, social e cultural pode ser considerada uma atividade de Relações Públicas. Dessa forma, o profissional irá definir estratégias comunicacionais específicas para cada país ou região, independente de onde esteja uma organização. (FERRARI, 2008, p. 8)

O profissional de Relações Públicas e a comunicação internacional

As mudanças ocorridas fazem com que as organizações busquem uma comunicação mais eficaz, que mantenha um bom relacionamento com todos os públicos, inclusive o público internacional. Além disso, é necessário um planejamento



que ajude esta empresa a se manter no mercado, mesmo com a competição internacional.

A evolução comunicacional exige um profissional voltado para o relacionamento internacional das organizações. É nesse nicho de mercado que o profissional de Relações Públicas Internacional pode atuar. As Relações Públicas Internacionais podem ser consideradas "um esforço planejado e organizado de uma companhia, instituição ou governo para estabelecer relacionamentos com benefícios mútuos com públicos de outras nações". (WILCOX, AULT e AGEE apud DIAS, 2003)

Nas palavras de Wilcox, Cameron e Xifra (apud FERRARI, 2008) as Relações Públicas internacionais podem ser consideradas como

a atividade planejada e organizada de uma empresa, instituição ou governo, para estabelecer relações de benefício mútuo com públicos de outros países. Por sua vez, esses públicos podem ser definidos como os distintos grupos de pessoas que se vêem afetados por, ou que podem afetar as operações de uma empresa, instituição ou governo específicos. (WILCOX, CAMERON E XIFRA apud FERRARI, 2008, p. 8)

Segundo Scott (apud ANDRADE, 2003), o início mais significativo das Relações Públicas Internacionais foi após a Segunda Guerra Mundial e, na década de 50, as Relações Públicas Internacionais eram consideradas uma ferramenta de marketing na Europa e na América Latina. Atualmente, o mercado global apresenta fronteiras que desafiam os jovens executivos e as organizações, pois a aceleração da interdependência dos mercados, a disponibilidade de transportes e de meios de comunicação são fatores que contribuem para que a empresa enfrente batalhas políticas para a manutenção dos mercados conquistados. (ANDRADE, 2003)

Por meio de técnicas ajustadas às culturas, tradições e características raciais locais, as Relações Públicas Internacionais buscam promover a compreensão entre os povos. (ANDRADE, 1994) A intenção deste profissional é conseguir uma compreensão mútua, salvando um vazio geográfico, cultural ou linguístico, ou todos eles. Além disso, pode-se dizer que este termo pode ser utilizado para indicar atividades de Relações Públicas que têm uma importância positiva fora de seu país de origem. (BLACK apud RIBEIRO, 2010)

Nas palavras de Brasil (apud ANDRADE, 1994):

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 povos, no sentido de estimular e facilitar o entendimento, a coexistência e a cooperação entre eles; 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. (Avio Arouca Brasil, apud ANDRADE, 1994, p. 125)

Por meio da análise das cinco dimensões-chave que Pipkin (2002, p. 30) propôs para a estratégia internacional destacou-se algumas possibilidades de atuação do profissional de Relações Públicas Internacionais, sendo elas: auxiliar na elaboração de Planejamento Estratégico da organização voltado para as características internas da organização, bem como ao ambiente externo, incluindo o ambiente internacional; auxiliar na criação de diretrizes claras para a orientação internacional da empresa; transmitir os conhecimentos internacionais adquiridos para os demais funcionários.

O profissional de Relações Públicas Internacionais também está capacitado para criar e manter atualizados os meios de comunicação dirigidos ao público internacional, bem como organizar reuniões, eventos e encontros entre membros da organização e públicos de interesse estrangeiros (ex. fornecedores, acionistas, imprensa, outras organizações). Além disso, entende-se que a maioria das funções básicas utilizadas pelo profissional de Relações Públicas dentro de uma organização podem ser realizadas no âmbito do relacionamento internacional (criação de vídeos institucionais voltados para o público internacional, pesquisa de opinião pública, pesquisa de mercado, entre outros).

Por fim, pode-se dizer que é necessário pensar de forma global, buscando atingir os públicos específicos da organização tanto no país de origem, quanto em outros países. Com o objetivo de identificar como o profissional de Relações Públicas pode atuar no relacionamento internacional de uma organização, além de pesquisa bibliográfica, foram desenvolvidas entrevistas com profissionais de Relações Públicas que atuam na área de relacionamento internacional. Os entrevistados foram divididos em duas categorias, sendo elas: especialistas, onde se enquadram coordenadores de curso de Comunicação/Relações Públicas (de uma universidade do Brasil e de uma universidade da Argentina); e informante-chave, onde foram contatados profissionais de Relações Públicas que atuam na área internacional.

De acordo com os dados coletados com profissionais de Relações Públicas que atuam na área de relacionamento internacional e coordenadores de cursos, foi possível destacar dados relevantes sobre a atuação do profissional de Relações Públicas Internacional, os quais são destacados a seguir:



Embora o relacionamento internacional apresente algumas dificuldades, o profissional de Relações Públicas pode auxiliar a organização a estabelecer uma compreensão mútua em sua comunicação internacional e, dessa forma, estabelecer relacionamentos duradouros.

O profissional de Relações Públicas Internacionais está capacitado para: auxiliar na elaboração de um Planejamento Estratégico da organização voltado para as características internas da organização, bem como ao ambiente externo, incluindo o ambiente internacional; criar e fazer a manutenção de meios de comunicação dirigidos ao público internacional; auxiliar na criação de diretrizes claras para a orientação internacional da empresa; a maioria das funções básicas de Relações Públicas pode ser realizada no âmbito do relacionamento internacional (criação de vídeos institucionais voltados para o público internacional, pesquisa de opinião pública, pesquisa de mercado, entre outros).

A Universidade prepara os profissionais, no sentido de que a essência da profissão é a mesma em qualquer região de atuação, porém, cada país apresenta características próprias que devem ser levadas em consideração; a Universidade deveria se dedicar cada vez mais no aprimoramento, embora já exista uma evolução de conhecimentos, uma vez que hoje, o conhecimento supera o de vinte ou trinta anos atrás; por fim, há a opinião de que a Universidade prepara seus estudantes para o mercado em geral, e a atuação no âmbito internacional envolve outros conhecimentos como as diretrizes do mercado internacional e o aprimoramento de outros idiomas.

Com base no que foi observado, percebe-se a necessidade de que o profissional de Relações Públicas conheça as profissões de Relações Internacionais e de Comércio Exterior e atue em conjunto com elas. Se as três profissões trabalharem juntas, as relações internacionais da organização serão mais eficazes. Isso se deve ao fato de o profissional de Comércio Exterior conhecer os trâmites para relações comerciais entre diferentes países, enquanto o profissional de Relações Internacionais conduz essas relações e analisa os mercados e, por fim, o profissional de Relações Públicas atua para que a interação e o relacionamento entre a organização e o público internacional ocorram de forma adequada.

As dificuldades encontradas pelos profissionais de Relações Públicas que trabalham no relacionamento internacional são: idioma, o conhecimento de mercados internacionais, entender e respeitar as diferentes culturas e a falta de conhecimento para realizar um planejamento de campanhas de interação internacional.



Considerações finais

Por meio do estudo realizado foi possível perceber que o profissional de Relações Públicas pode auxiliar a comunicação entre públicos de interesse da empresa, situados em diferentes países. Bem como pode elaborar um Planejamento Estratégico da Comunicação voltado para as características internas da organização, bem como ao ambiente externo, incluindo o ambiente internacional e, além disso, está apto a realizar a maioria das funções básicas de Relações Públicas no âmbito do relacionamento internacional (criação de vídeos institucionais voltados para o público internacional, pesquisa de opinião pública, pesquisa de mercado, entre outros).

Outra atividade que o Relações Públicas pode realizar no âmbito internacional, é desenvolver o material informativo da empresa em diversas línguas. O profissional de Relações Públicas detém o conhecimento necessário para realizar esta tarefa. Porém, a língua é considerada um obstáculo e, embora seja possível contratar alguém para fazer a tradução, é preciso conhecer o idioma a ser utilizado para poder conferir se o material foi feito de forma correta. Como o profissional de Relações Públicas tem acesso aos mais diversos públicos de uma organização, ele pode criar materiais e ações que instruem esses públicos sobre os diversos países com os quais a empresa se relaciona.

Por fim, foi possível concluir que o profissional de Relações Públicas pode contribuir ativamente no âmbito do relacionamento internacional das organizações e, se atuar em conjunto com os profissionais de Comércio Exterior e Relações Internacionais, o trabalho será ainda mais completo. Existem diversas possibilidades de atuação do profissional de Relações Públicas no relacionamento internacional e, se o profissional buscar evoluir sempre, poderá encontrar uma gama ainda maior de funções a serem desempenhadas.

Assim, percebe-se que existem diversos tipos de organizações que possuem públicos não só nacionais, mas também internacionais, que precisam de um profissional capaz de lidar com as diferenças culturais e de valor para construir um planejamento de comunicação eficaz para que a organização possa crescer cada vez mais.

Referências Bibliográficas



ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de Relações Públicas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de Relações Públicas. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de. Para entender Relações Públicas. São Paulo: Loyola, 1993.

DUARTE, Jorge.; BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FERRARI, Maria Aparecida. A Prática das Relações Públicas Internacionais na Sociedade Contemporânea. DISPONÍVEL: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/viewFile/1013/1058>. ACESSO: 25/04/2010.

FRANÇA, Fábio; LEITE, Gutemberg. A Comunicação Como Estratégia de Recursos Humanos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

GARCÍA, Manuel M. As Relações Públicas. Lisboa: Editorial Estampa: 1999.

IANNI, Octavio. Teorias da Globalização. 9ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

JAMENSON, Samuel Haig. Relações Públicas, antologia coligida por Samuel Haig Jamenson. 2ª Ed, 1962. Edição da Fundação Getúlio Vargas Serviço de Publicações.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Organizadora). Obtendo Resultados com Relações Públicas: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral. São Paulo: Pioneira, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 4ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.

MORAES, Dênis de. Por uma outra Comunicação: Mídia, Mundialização Cultural e Poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

NAKANO, Yoshiaki. Globalização, Competitividade e novas regras de comércio mundial. Revista de Economia Política, v 14, nº. 4 (56), out/dez. 1994.

PIPKIN, Alex. Marketing Internacional: Uma abordagem estratégica. São Paulo: Aduaneiras, 2002.



RIBEIRO, Anely. Relações Públicas Internacionais. Disponível: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0186.pdf> - ACESSO: 21/03/2010

RODRIGUES, Suzana Braga; HONÓRIO, Luiz. Aspectos Motivacionais e Estratégicos na Internacionalização de Empresas Brasileiras. Revista de Administração de Empresas, Minas Gerais, v 46, p. 87-98, 2006.

SOARES, Cláudio César. Introdução ao Comércio Exterior: Fundamentos Teóricos do Comércio Internacional. São Paulo: Saraiva, 2004.

SOARES FILHO, José. Sociedade Pós-Industrial e os Impactos da Globalização na sociedade, no trabalho, na economia e no estado. Curitiba: Juruá, 2007.