

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
RELAÇÕES PÚBLICAS: BACHARELADO

JÉSSICA PEDROLI GIROTO

**DISCIPLINA DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NOS
CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS BRASILEIROS: UMA ANÁLISE
DAS OBRAS UTILIZADAS NA DISCIPLINA**

Frederico Westphalen, RS
2023

JÉSSICA PEDROLI GIROTO

**DISCIPLINA DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NOS CURSOS DE
RELAÇÕES PÚBLICAS BRASILEIROS: UMA ANÁLISE DAS OBRAS UTILIZADAS
NA DISCIPLINA**

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado ao Curso de Relações Públicas –
Bacharelado da Universidade Federal de
Santa Maria em Frederico Westphalen.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Lana D'Ávila Campanella
Orientadora UFSM

Prof^o. Dr. Jones Machado
UFSM

Prof^a. Dra. Andréia Athaydes
UFSM

Prof^a. Dra. Patrícia Milano Persigo
UFSM (suplência)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer imensa e incontavelmente a todos que me ajudaram de alguma forma e me ensinaram. Sou grata a Deus por me fortalecer e me acompanhar em cada jornada da minha vida, bem como à minha família, em especial os meus que me incentivaram a vir estudar a mais de mil quilômetros de casa, também ao meu irmão de consideração Pe. Diego Rodrigues Lopes, e a minha irmã.

As minhas amigas e meu namorado que não me deixaram desistir desse estudo, e me incentivaram a continuar, bem como nossos momentos de conversas com aprendizados mútuos. Mesmo passando pouco tempo juntas durante nossa graduação, cada momento foi importante e emocionante com vocês.

Também gostaria de agradecer a minha orientadora, professora Lana Campanella, que me auxiliou muito nessa trajetória do TCC, além de ter tido muita paciência comigo e me incentivado a continuar.

Agradeço ainda, todos os professores com que tive aula, durante esses quatro anos de curso, sem vocês minha formação não seria a mesma. Não posso esquecer também da UFSM, campus Frederico Westphalen que me proporcionou um ensino superior de qualidade.

Por fim, agradecer a mim, por ter conseguido lidar com as minhas ansiedades e não desistir desse estudo, acreditar no meu potencial de terminar. Conseguimos.

RESUMO

Esse estudo de abordagem qualitativa teve por objetivo geral analisar se as obras utilizadas na disciplina de Relações Públicas Internacionais (RPI) pelos cursos de Relações Públicas (RP) no Brasil, estão em consonância com os preceitos basilares de RPI. Através da Pesquisa Bibliográfica para fundamentação teórica e Documental para verificação das ementas da disciplina de RPI, das seguintes Universidades: UFMA, Unesp e UFSM. Onde se buscou saber o grau de incidência das obras mais utilizadas por essas instituições além de estabelecer critérios para analisar as obras selecionadas sob a ótica dos preceitos básicos de RPI. Ao adquirir conhecimento das obras utilizadas como referência, teremos a oportunidade de refletir sobre o impacto que elas podem ter na formação dos futuros profissionais da área. Pode se verificar se essas obras conseguem abordar adequadamente as noções essenciais sobre o profissional de Relações Públicas em um contexto global. Por fim, chegou-se à conclusão de que das três obras analisadas por este estudo, apenas uma aborda os conhecimentos necessários para que o RP atue em âmbito internacional.

Palavras-chave: Relações Públicas Internacionais; Cursos de Relações Públicas; Referências bibliográficas; Formação Profissional.

ABSTRACT

This qualitative study aimed to analyze whether the works used in the discipline of International Public Relations (IPR) in Public Relations (PR) courses in Brazil are in line with the fundamental principles of IPR. The research was conducted through bibliographic research for theoretical foundation and documentary research to verify the syllabi of the IPR discipline from the following universities: UFMA, Unesp, and UFSM. The goal was to determine the degree of incidence of the most frequently used works by these institutions and establish criteria for analyzing the selected works from the perspective of the basic principles of IPR. By acquiring knowledge of the works used as references, we will have the opportunity to reflect on the impact they may have on the education of future professionals in the field. It can be determined whether these works adequately address the essential notions about the PR professional in a global context. Ultimately, it was concluded that out of the three works analyzed in this study, only one addresses the necessary knowledge for PR professionals to operate in an international setting.

Keywords: International Public Relations; Public Relations Courses; Bibliographic References; Professional Education.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O circuito cultural e as inter-relações de cinco momentos	23
Figura 2 - Espiral cumulativo de habilidades culturais.....	35
Figura 3 - Entrada UFMA	42
Figura 4 - Entrada Unesp	48
Figura 5 - Entrada UFSM	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Total de obras utilizadas em RPI por Região	72
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- A abordagem de conscientização para RPI Perfil.....	27
Quadro 2 - Bibliografia UFMA	44
Quadro 3 - Bibliografia Unesp	52
Quadro 4 - Bibliografia UFSM	59
Quadro 5 – Obras mais utilizadas pelos Cursos de RP.....	62
Quadro 6 – Enfoques de RPI X obras selecionadas para análise	63

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS	12
2.1	BREVE HISTÓRICO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	12
2.2	CONCEITUAÇÕES	13
2.2.1	Definição de RPI	14
2.2.2	O Surgimento e Crescimento das RPI	15
2.2.3	Modelos de Gestão das RPI.....	17
2.2.3.1	Modelo de princípios gerais e aplicações específicas	19
2.2.3.2	Modelo de retórica genérica.....	20
2.2.3.3	Modelo econômico-cultural	22
2.2.3.4	Modelo de construção de terceira cultura (TCB).....	25
2.2.3.5	Modelo in-awareness.....	26
2.2.4	Fatores contextuais e situacionais das RPI.....	29
2.2.4.1	Fatores Contextuais	30
2.2.4.2	Fatores situacionais	32
2.2.5	O papel do profissional de RPI e competências necessárias	34
2.2.5.1	Sensibilidade Cultural	35
2.2.5.2	Habilidades Interculturais	36
2.2.5.3	Habilidades de análise e interpretação	37
3	OBRAS MAIS UTILIZADAS NA DISCIPLINA RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NO BRASIL PELOS CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	39
3.1	UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)	40
3.1.1	Curso De Relações Públicas Na UFMA.....	42
3.1.2	Ementa Da Disciplina E Bibliografia	44
3.2	UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (Unesp)	45
3.2.1	FAAC - Faculdade De Arquitetura, Artes, Comunicação E Design	48

3.2.2	Curso De Relações Públicas Na Unesp	50
3.2.3	Ementa Da Disciplina E Bibliografia	50
3.3	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)	52
3.3.1	UFSM Campus Frederico Westphalen (UFSM/FW)	55
3.3.2	Curso De Relações Públicas Na UFSM/FW	56
3.3.3	Ementa Da Disciplina E Bibliografia	58
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	59
4.1	ETAPAS DA PESQUISA	60
4.2	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	61
4.2.1	Matriz de Análise quanto aos enfoques das obras	62
5	CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	66
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICES	72
	ANEXOS	79

1 INTRODUÇÃO

Esse estudo exploratório, de abordagem qualitativa tem como **objetivo geral** analisar se as obras utilizadas na disciplina de Relações Públicas Internacionais (RPI) pelos cursos de Relações Públicas no Brasil, estão em consonância com os preceitos basilares de RPI; como forma de responder a **problemática**: As obras utilizadas na disciplina de RPI nos cursos de Relações Públicas no Brasil estão em consonância com os preceitos basilares de RPI? Através da Pesquisa Bibliográfica e Documental, atendemos aos **objetivos específicos**, além do geral que são:

- Selecionar critérios para eleger quais instituições de ensino no Brasil por região, serão investigadas por conta das obras que utilizam na disciplina de RPI;
- Relacionar o grau de incidência das obras (básica e complementar) mais utilizadas na disciplina de RPI por essas instituições;
- Estabelecer critérios para analisar as obras selecionadas sob a ótica dos preceitos básicos de RPI.

A vontade de pesquisar mais sobre as RPI surgiu durante o curso da disciplina na UFSM/FW, quando foi observado a escassez do referencial teórico, específico à área de Relações Públicas. Desta forma, uma inquietude foi gerada em descobrir se o referencial teórico utilizado por outras universidades nesta disciplina, também é ofertado com a mesma problemática apontada. Assim, a relevância deste estudo exploratório se fez necessário, uma vez que ao pesquisar sobre o assunto, percebeu-se a carência de materiais para a disciplina com origem brasileira e mais recentes. Há o desejo que esta pesquisa incite outros pesquisadores a se interessarem pela temática, como forma de aprofundar os resultados aqui levantados e contribuir para a academia e por conseguinte, com o mercado.

Para dar conta de responder a problemática e os objetivos traçados, este trabalho foi dividido em três capítulos sendo o primeiro, uma breve revisão bibliográfica sobre Relações Públicas Internacionais, historicidade, principais conceituações, aspectos teóricos e práticos da atividade, como forma de fundamentar os outros capítulos.

O segundo capítulo apresenta análise das obras utilizadas na disciplina de Relações Públicas Internacionais pelos Cursos de Relações Públicas no Brasil. Ressalta-se que não será feita a distinção entre as obras obrigatórias e complementares das disciplinas.

O terceiro capítulo traz os Procedimentos Metodológicos, iniciando por explicar as etapas da pesquisa e o padrão de escolha usado para selecionar quais cursos/habilitações de Relações Públicas no Brasil seriam utilizados no estudo, por região. Ao término do capítulo é desvelada a incidência das obras mais utilizadas (de uso Obrigatório e Complementar) na disciplina de Relações Públicas Internacionais, assim como, a análise das principais obras à luz de Bardin. Encerra com as Considerações Parciais e Referências.

2 RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

A globalização é um fenômeno que exerce impacto significativo em diversos aspectos da sociedade, incluindo a cultura, as políticas sociais, as organizações e a vida das pessoas, caracteriza-se como a intensificação das relações sociais globais, conectando localidades distantes entre si. A internet e as novas tecnologias desempenham um papel cada vez mais relevante nesse contexto, influenciando as opiniões, atitudes e relacionamentos das pessoas. Através dessa ferramenta, é possível compartilhar ideias e se comunicar além das barreiras geográficas e temporais.

No campo das Relações Públicas, a globalização teve um impacto significativo, afetando tanto as práticas quanto o desenvolvimento teórico e profissional dessa área. Órgãos representativos globais, como a *Global Alliance* e a *International Public Relations Association*, têm promovido debates e iniciativas para discutir o impacto da globalização nas práticas de Relações Públicas.

Neste capítulo é apresentado um breve histórico das Relações Públicas, um resgate acerca da comunicação internacional e suas práticas interculturais, os principais conceitos e modelos de Relações Públicas Internacionais, e sua matriz teórica.

2.1 BREVE HISTÓRICO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Não há um consenso entre os historiadores sobre a origem das Relações Públicas, tampouco em relação ao seu primeiro praticante ou local de surgimento. Embora a tradição norte-americana afirme que as Relações Públicas foram inventadas nos Estados Unidos, acadêmicos chineses têm revelado evidências de que a aristocracia chinesa já praticava algo semelhante às Relações Públicas modernas há cerca de cinco mil anos atrás (GRUNIG, 2003).

O uso das Relações Públicas estava associado principalmente ao governo, sendo empregado de maneira restrita como uma forma de persuasão para atrair a atenção do público e influenciar suas opiniões, atitudes e comportamentos. A prática das Relações Públicas com esse objetivo pode ser identificada tanto na Grécia como em Roma, conforme observado por Black (1996).

Apesar de ter existido alguma prática rudimentar, as Relações Públicas como conhecemos hoje, só existe há mais de cem anos, sendo que foi apenas poucos anos que ela passou a ser exercida e difundida em vários países do mundo. O fato é que antes de ser

considerada uma área de atuação, as pessoas praticavam as Relações Públicas apenas pelo seu salário, não tendo um estudo e preparação para o mercado de trabalho (GRUNIG, 2003).

Atualmente as Relações Públicas são uma ocupação que tem se definido muito mais pelas suas técnicas do que por sua teoria. “A maioria dos que praticam Relações Públicas tem sido os mestres das diversas técnicas (GRUNIG, 2003, p.70)”. Uma vez que, o RP prepara e envia *releases* à imprensa, faz cobertura de mídia, redige discursos, realiza eventos, cuidam de mídias sociais e digitais, bem como realiza assessoria às organizações e pessoas.

Ademais, Grunig (2003, p. 71):

No momento atual, a maioria dos que praticam Relações Públicas já começou a entender que as pessoas controlam a utilização dos meios de comunicação muito mais do que os meios controlam o comportamento dos que os utilizam.

Outro ponto relevante é o fato de que nem os que praticam Relações Públicas nem a mídia criam as fortes impressões que são habitualmente conhecidas como “imagens”. As imagens são simplesmente aquilo que as pessoas pensam e a maioria das pessoas pensam por si próprio. As pessoas constroem suas próprias visões sobre as organizações.

Dessa forma, estando num mundo totalmente globalizado, que se importa com a sua “imagem”, como exposto por Grunig, cada vez mais é importante saber, estudar e colocar em prática as Relações Públicas Internacionais.

As Relações Públicas têm como objetivo estabelecer relacionamentos harmônicos e duradouros entre as organizações e os públicos dos quais dependem para sobreviver, conforme afirmado por Ferrari (2003). Nesse sentido, essa área é responsável por analisar e administrar os relacionamentos que uma organização mantém com seus públicos. Além disso, de acordo com Legrain (1992, p. 9) “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”.

2.2 CONCEITUAÇÕES

Embora não haja um consenso estabelecido em relação às definições conceituais das Relações Públicas Internacionais, a pesquisa nessa área continua em andamento e oferece um terreno fértil para novas investigações. A seguir, será apresentado os principais conceitos e modelos de Relações Públicas Internacionais, e sua matriz teórica.

2.2.1 Definição de RPI

As Relações Públicas Internacionais (RPI) são definidas como atividades de Relações Públicas realizadas em um contexto internacional e intercultural. Essa área ainda está em fase de exploração e não está bem institucionalizada, buscando compreender, definir e teorizar as práticas de Relações Públicas em diferentes países, culturas e ideologias. Ao mesmo tempo, visa fornecer ferramentas de análise para profissionais que devem planejar, desenvolver e avaliar planos de Relações Públicas em contextos multiculturais.

As RPI podem ser representadas em três dimensões, conforme apontado por Wakefield (*In. CULBERTSON e CHEN, 1996*): a) envolvem alguma articulação entre as atividades realizadas na sede e aquelas dos escritórios em países terceiros; b) estão relacionadas a públicos relevantes localizados em diferentes países; c) têm possíveis consequências ou resultados em um ou mais países.

De acordo com Culbertson (1996) as atividades de RPI podem ser tradicionalmente enquadradas em: a) organizações internacionais, como as Nações Unidas; b) relações intergovernamentais, como relações diplomáticas, embargos e sanções; c) transações econômicas, como investimentos; d) interações entre indivíduos de diferentes nações, como turismo ou encontros culturais.

As Relações Públicas Internacionais são concebidas de forma ampla, abrangendo diversas atividades de Relações Públicas realizadas por empresas multinacionais. Conforme Baskin e Aronoff (1992) existem três funções principais para as RPIs: a primeira é representar a empresa em seu mercado local e facilitar acordos com o governo local e reguladores em assuntos relacionados aos negócios internacionais da empresa. A segunda função é ajudar a gestão externa e a alta administração da sede da empresa a se relacionar (função de ponte). E a terceira função é realizar atividades de Relações Públicas em um terceiro país.

As Relações Públicas Internacionais se distinguem das Relações Públicas tradicionais com base em dois elementos importantes: o local onde as atividades de Relações Públicas são realizadas e os públicos aos quais são direcionados (WAKEFIELD, 2007). Em outras palavras, as RPIs referem-se às Relações Públicas de uma organização que estão inseridas em um contexto internacional, diferente do nacional, e envolvimento públicos de diferentes países. Por exemplo, uma empresa canadense que abre uma fábrica no Brasil e emprega tanto brasileiros quanto pessoas de outros países e que busca estabelecer relações com a comunidade local e os principais *stakeholders* do país no Brasil estará desenvolvendo atividades de RPI. Nesse caso, as Relações Públicas se expandem para além das fronteiras nacionais, envolvendo estratégias

de comunicação e engajamentos específicos para lidar com as nuances culturais, os contextos locais e os públicos internacionais.

As RPI estão em constante expansão devido à crescente importância da globalização e ao papel fundamental que as Relações Públicas desempenham em organizações que operam em contextos internacionais. No entanto, as RPIs ainda são uma área de estudo com conhecimento mais limitado em comparação a outros serviços especializados, o que aumenta os riscos associados, uma vez que os efeitos dos programas de Relações Públicas nos públicos internacionais não são completamente compreendidos.

A complexidade, ambiguidades e riscos inerentes ao envolvimento com públicos distintos daqueles com as quais os profissionais de Relações Públicas normalmente interagem tornam as RPIs uma das áreas mais desafiadoras de administrar no campo das Relações Públicas. Lidar com diferenças culturais, nuances políticas e sensibilidades locais requer estratégias cuidadosas e adaptabilidade por parte dos profissionais de Relações Públicas.

Dessa forma, as RPIs exigem uma abordagem especializada e uma compreensão aprofundada dos contextos internacionais em que operam. O conhecimento limitado e os riscos envolvidos tornam ainda mais crucial a pesquisa, a análise e a implementação cuidadosa de programas de Relações Públicas para garantir uma comunicação eficaz e construir relacionamentos positivos com os públicos internacionais.

2.2.2 O Surgimento e Crescimento das RPI

A indústria de Relações Públicas, assim como outras áreas, foi profundamente impactada pela globalização, trazendo tanto oportunidades como desafios significativos (SRIRAMESH, VERCIC, 2007). O avanço tecnológico, sistemas de comunicação cada vez mais sofisticados e a volatilidade dos públicos influentes têm questionado os critérios tradicionais de segmentação e priorização de públicos-alvo (VALENTINI, KRUCKEBERG, STARCK, 2012). Além disso, a globalização promoveu um aumento na movimentação de capital financeiro e humano, assim como uma maior abertura dos mercados mundiais ao investimento estrangeiro. Isso resultou em uma maior demanda por comunicação a nível internacional e, conseqüentemente, por Relações Públicas.

As Relações Públicas são amplamente reconhecidas como um produto da indústria da comunicação moderna e, em sua origem, são um fenômeno predominantemente ocidental que se desenvolveu em paralelo e em apoio ao capitalismo. No entanto, houve uma disseminação crescente das práticas de Relações Públicas também em países não ocidentais, impulsionada

em parte pelo boom econômico dos anos 1980 e pela revitalização da mentalidade capitalista e corporativa em países pós-socialistas (BARDHAN & WEAVER, 2011).

No final da década de 1980, à medida que as empresas americanas se tornaram cada vez mais multinacionais e multiculturais, elas enfrentaram a necessidade de responder e prestar contas aos stakeholders e acionistas internacionais de forma mais abrangente. Esse contexto levou associações de Relações Públicas americanas e internacionais, como a PRSA (*Public Relations Society of America*), a IPRA (*International Public Relations Association*) e a *Global Alliance*, a refletir sobre o papel das Relações Públicas em âmbito internacional e a demandar uma preparação mais precisa para a realização de atividades de Relações Públicas em outros países (BOTAN, 1992).

Essas reflexões e demandas refletem a necessidade de compreender e adaptar as práticas de Relações Públicas em um contexto globalizado, levando em consideração as nuances culturais, os sistemas de valores e as expectativas dos diferentes públicos internacionais. É importante reconhecer que as práticas de Relações Públicas não podem ser tratadas como uma abordagem única e padronizada, mas devem levar em conta a diversidade e a complexidade das sociedades em que operam.

Na fase inicial das Relações Públicas Internacionais, os profissionais estavam principalmente interessados em entender como atuar efetivamente em diferentes ambientes culturais e políticos. No entanto, muitas vezes, esse interesse se limitava ao domínio das práticas de Relações Públicas ocidentais, especialmente as dos Estados Unidos. As Relações Públicas americanas têm sido há muito tempo consideradas como referência de excelência na área. Métricas anglo-saxônicas são utilizadas para medir outras culturas e práticas de RP, buscando imitar a suposta excelência profissional ocidental. Essa abordagem das Relações Públicas internacionais é considerada fortemente etnocêntrica por Sriramesh (2004).

Um grande estudo de caso revelou que, mesmo no início do novo milênio, as práticas de Relações Públicas eram frequentemente conduzidas de maneira etnocêntrica pelas agências multinacionais de comunicação e Relações Públicas. Elas adotavam estratégias supostamente "globais", que na realidade apresentavam pouca ou nenhuma variação considerando as condições locais (SRIRAMESH, VERCIC, 2004).

Isso não significa, que devemos desprezar os conhecimentos adquiridos ao longo dos últimos sessenta anos na área de Relações Públicas, mesmo que sejam predominantemente de origem anglófona. É importante partir desses conhecimentos profissionais para aprender a entender as Relações Públicas internacionais. No entanto, seria superficial pensar que as teorias, modelos e abordagens utilizadas nos países ocidentais são igualmente eficazes em outras partes

do mundo. Estudos subsequentes sustentam essa ideia ao destacar como muitas premissas que norteiam as Relações Públicas nos países ocidentais não são tão eficazes em outras partes do mundo. Os limites das técnicas e teorias de Relações Públicas utilizadas nos países ocidentais têm sido relatados em vários estudos, e o contínuo processo de globalização e internacionalização de mercados e empresas tem incentivado a reconsideração das teorias da excelência na prática e uma melhor compreensão da dinâmica profissional em uma sociedade cada vez mais global.

Durante a década de 1990, muitas empresas multinacionais que desenvolveram planos estratégicos de Relações Públicas em outros países adotaram uma abordagem de gestão definida como global ou uma abordagem de gestão local (VERCIC, GRUNIG, GRUNIG, 1996). A abordagem global pressupõe um certo nível de homogeneidade de comportamento entre os públicos influentes. Tal abordagem assume que os interesses públicos em uma empresa, produto e marca são semelhantes, apesar das diferenças culturais, políticas, sociais e econômicas. A comunicação corporativa de natureza global é direcionada a um público internacional que compartilha valores, normas e opiniões, e seu planejamento estratégico segue a regra do mínimo denominador comum, ou seja, apenas são consideradas as necessidades comuns e compartilhadas dos públicos internacionais ao desenvolver o plano de Relações Públicas.

A abordagem global geralmente é decidida centralmente e tem a vantagem de permitir que a empresa tenha maior controle, coordenação e orientação das diversas atividades de comunicação em diferentes regiões do mundo. No entanto, a abordagem global apresenta limitações, pois não consegue capturar adequadamente a diversidade cultural e as respostas das audiências influentes, tornando a eficácia das mensagens corporativas mínima. Além disso, pode ser interpretada como uma abordagem hierárquica (de cima para baixo) e assimétrica nas relações entre empresas multinacionais e públicos locais (VALENTINI, 2007).

Por outro lado, a abordagem local utiliza estratégias de gestão e negócios que levam em consideração as possíveis diferenças no contexto social, político e econômico. No entanto, a abordagem local.

2.2.3 Modelos de Gestão das RPI

Os estudos internacionais realizados até o momento sobre a profissão de Relações Públicas têm fornecido insights importantes. Eles nos mostram que: a) as Relações Públicas não são praticadas da mesma forma em todas as partes do mundo; b) estratégias e técnicas de Relações Públicas bem-sucedidas em um país podem falhar em outro contexto; c) as Relações

Públicas não são exclusivamente uma invenção americana. Recentemente, novas pesquisas têm desafiado a crença comum de que a profissão de Relações Públicas é uma invenção americana (L'ETANG, 2004), como observado por Mckie e Munshi (2007).

No entanto, grande parte das pesquisas realizadas até o momento são análises de casos específicos em áreas limitadas. Há ainda pouco conhecimento sobre as Relações Públicas internacionais, principalmente em regiões como África, América Latina e Ásia. Em um mundo cada vez mais interconectado, a cultura, o poder, a identidade e as diferenças de cada país desempenham um papel fundamental em todas as aplicações das Relações Públicas, seja em relação aos consumidores, mídia, colaboradores, governos ou acionistas. Isso tem levado a uma crescente conscientização por parte da comunidade profissional sobre a necessidade de modelos de Relações Públicas mais críticos e culturalmente fundamentados (CURTIN, GAITHER, 2007).

No entanto, ainda não existe uma teoria normativa das Relações Públicas internacionais que leve em consideração a complexidade das sociedades globais e seja capaz de explicar o impacto na prática das Relações Públicas internacionais de fatores como cultura, política, economia e outros aspectos que caracterizam o sistema de cada país. Como argumenta Wakefield (2007, p. 145), "a construção de teorias das Relações Públicas internacionais está em andamento".

O que diferencia as Relações Públicas Internacionais de outros serviços especializados é a necessidade de analisar fatores contextuais, como aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais do país em que o profissional de Relações Públicas atua, e fatores situacionais, relacionados à situação específica em que o profissional se encontra operando.

Neste capítulo, serão considerados cinco modelos de gestão que oferecem ideias e abordagens para os profissionais que lidam com Relações Públicas internacionais:

1. o modelo de princípios gerais e aplicações específicas (VERCIC, GRUNIG, GRUNIG, 1996);
2. o modelo de retórica genérica (KENT, TAYLOR, 2007);
3. o modelo econômico-cultural (CURTIN, GAITHER, 2007);
4. o modelo de terceira cultura (CASMIR, 1978);
5. o modelo "*in-awareness*" (ZAHARNA, 2001).

2.2.3.1 Modelo de princípios gerais e aplicações específicas

Os pais do modelo de princípios gerais e aplicações específicas são Dejan Vercic, James Grunig e Larissa Grunig (1996). Esse modelo se baseia na ideia de que existem princípios gerais na prática profissional de Relações Públicas que são válidos em todo o mundo. No entanto, para que esses princípios sejam eficazes, é necessário adaptá-los às aplicações específicas do país em questão. Como explicado por um dos autores (GRUNIG, 2006, p. 170):

“Propusemo-nos desenvolver um modelo de princípios gerais e aplicações específicas que se situasse algures entre o etnocentrismo, segundo o qual as Relações Públicas são praticadas de forma igualitária em todo o mundo, e o policentrismo, segundo o quais Relações Públicas são diferentes em diferentes partes do mundo”

Esses princípios gerais são os mesmos princípios fundamentais da teoria da excelência em Relações Públicas (GRUNIG, 2006). Uma organização pratica Relações Públicas de excelência quando segue os princípios da simetria, diálogo, integração, atividades estratégicas, contribuição para os objetivos da organização e promoção da diversidade entre os profissionais. No contexto internacional e intercultural, no entanto, é necessário adaptar esses princípios para acomodar as diferenças culturais.

O modelo de princípios gerais e aplicações específicas nos lembra que, em situações de Relações Públicas internacionais, esses princípios devem ser aplicados levando em consideração os fatores contextuais. Com base nos princípios gerais e na análise da situação do país-sistema, esse modelo nos permite entender como as Relações Públicas são praticadas e concebidas em outras partes do mundo. É importante compreender se as Relações Públicas são consideradas atividades puramente técnicas ou se desempenham um papel mais estratégico, pois essas informações nos ajudarão a determinar as estratégias e técnicas mais eficazes de Relações Públicas para a organização local. Por exemplo, se em um determinado país as Relações Públicas são principalmente vistas como relações com a mídia e o apoio à imagem da empresa, será difícil planejar atividades de Relações Públicas que vão além das relações com a mídia. Nesse caso, o profissional de Relações Públicas internacional precisa estar ciente das limitações em habilidades, conhecimento e experiência dos profissionais locais de Relações Públicas ao planejar suas atividades de Relações Públicas internacionais. Também será difícil convencer a gestão local da contribuição estratégica das Relações Públicas, pois a concepção local de Relações Públicas é limitada a funções técnicas e de apoio, e não necessariamente apoia

projetos estratégicos propostos pelo profissional estrangeiro de Relações Públicas internacionais.

Os princípios gerais também destacam a importância de ter uma equipe de Relações Públicas que inclua pessoas de diferentes etnias, gêneros e culturas. No entanto, em um contexto de Relações Públicas internacionais, nem sempre é fácil ter uma equipe multicultural devido a várias razões, incluindo questões religiosas. Por exemplo, em países como a Índia, onde a sociedade é dividida em castas, pode ser difícil ter uma equipe que inclua pessoas de diferentes castas. Isso não significa que uma organização na Índia não possa alcançar a excelência em suas práticas de Relações Públicas, mas existem limitações na aplicabilidade desses princípios gerais que devem sempre ser levadas em consideração. O profissional de Relações Públicas Internacionais deve ter em mente os dez princípios gerais de excelência (GRUNIG) e buscar promover uma cultura corporativa voltada para a plena realização desses princípios.

Ao mesmo tempo, é necessário considerar os fatores contextuais e como eles influenciam as decisões de negócios e as práticas de Relações Públicas, a fim de adaptar os princípios e torná-los eficazes em diferentes situações. Como indicado por Vercic, Grunig e Grunig (1996), aplicar esses princípios em um ambiente intercultural pode ser muito desafiador. Portanto, é necessário ter uma função específica de Relações Públicas internacionais dentro de uma empresa que pretende atuar globalmente, na qual o profissional de Relações Públicas internacional seja capaz de alinhar os objetivos de Relações Públicas nacionais com os internacionais.

2.2.3.2 Modelo de retórica genérica

Embora o modelo de princípios gerais de Vercic, Grunig e Grunig (1996) seja amplamente utilizado para estudar e explicar as RPIs, Kent e Taylor (2007) argumentam que ele ainda está fortemente ancorado em uma perspectiva anglo-saxônica. Segundo esses estudiosos, a noção de que a excelência em Relações Públicas é sempre uma questão de simetria entre organizações e públicos-alvo reflete uma construção puramente americana. O que é considerado excelente em uma cultura pode não ser necessariamente excelente em outra.

Kent e Taylor (2007) não rejeitam completamente o modelo de princípios gerais e aplicações específicas. Na verdade, consideram os fatores contextuais que determinam as aplicações específicas do modelo como importantes para a compreensão do contexto cultural, social, político e econômico de um país ou sistema. Esses autores desenvolveram o modelo da

retórica genérica, baseado em fatores contextuais e em estudos teóricos da retórica, linguística e análise do discurso realizados nas décadas de 1970 e 1980.

O modelo da retórica genérica busca compreender a situação comunicativa, a audiência e seu processo de decodificação da mensagem, assim como o papel do interlocutor. Kent (1997) identifica seis princípios fundamentais que compõem esse modelo da retórica genérica. São eles:

1. Identificação pelo orador das principais características da situação e das estratégias utilizadas. No caso das RPIs, por exemplo, é importante identificar os fatores culturais, como gênero, condição social, idade e qualificação educacional, que podem impactar diretamente os processos de comunicação.

2. Identificação dos efeitos esperados na audiência. Com base nos objetivos de comunicação da organização, o profissional deve avaliar quais ferramentas utilizar para alcançar os efeitos desejados. Em situações de RPI, o orador deve questionar se há necessidade de contratar um profissional local e, em caso afirmativo, qual papel ele deve desempenhar no processo de comunicação.

3. Esclarecer os motivos da comunicação da organização e do público. A comunicação pode ter o objetivo de resolver disputas, entreter o público, inspirar cooperação, fortalecer a identidade nacional, monitorar, fornecer informações sobre produtos e serviços, atender necessidades sociais, entre outros.

4. Examinar a natureza simbólica da linguagem para compreender possíveis questões culturais e sociais. Isso inclui identificar o papel de cada sujeito envolvido em um contexto comunicativo específico. Ao interagir, os sujeitos utilizam expressões linguísticas que podem indicar se são considerados autores ou vítimas de uma determinada questão cultural ou social.

5. Analisar as razões e argumentos apresentados pelos interlocutores ao se comunicarem com a organização. Os argumentos do interlocutor podem ser a favor ou contra certas escolhas e decisões da organização, e também podem abranger temas que vão além de considerações econômicas, como considerações sociais, políticas, culturais e motivações pessoais.

6. Utilizar princípios e teorias de comunicação para compreender a própria cultura e como ela influencia as organizações e sua comunicação.

O modelo da retórica genérica propõe uma abordagem para estudar as RPIs e entender como as Relações Públicas são praticadas em outros países. O modelo é genérico por definição e não tem como objetivo definir a excelência nas práticas de um país, como é o caso do modelo de princípios gerais e aplicações específicas. O objetivo desse modelo é compreender, por meio do estudo da linguagem, da retórica e da dinâmica comunicativa, como as Relações Públicas

devem ser praticadas em diferentes contextos. É uma abordagem aberta que pode ser útil para compreender melhor os fatores contextuais e situacionais que diferenciam as Relações Públicas de um país para outro. No entanto, o modelo da retórica genérica não se presta facilmente a comparações precisas, uma vez que os princípios que o fundamentam são tão gerais que não permitem comparações diretas.

2.2.3.3 Modelo econômico-cultural

Outro modelo de Relações Públicas Internacionais é o modelo econômico-cultural proposto em 2007 por Curtin e Gaither. Os autores partem de uma reflexão sobre o papel e as atividades das Relações Públicas, destacando como essa profissão está intrinsecamente ligada à cultura. Os profissionais de relacionamento com os públicos frequentemente se comunicam com indivíduos pertencentes a diferentes grupos étnicos, religiosos e culturais, especialmente em sociedades multiculturais e em situações transacionais. Portanto, os profissionais de Relações Públicas desempenham o papel de intermediários culturais e estão envolvidos na produção de cultura, fazendo a mediação entre empresas, que produzem mensagens culturalmente codificadas, e os consumidores, que tentam atribuir sentido a essas mensagens. Além disso, empresas e organizações em geral possuem sua própria identidade e cultura corporativa, frequentemente refletindo a sociedade em que estão inseridas.

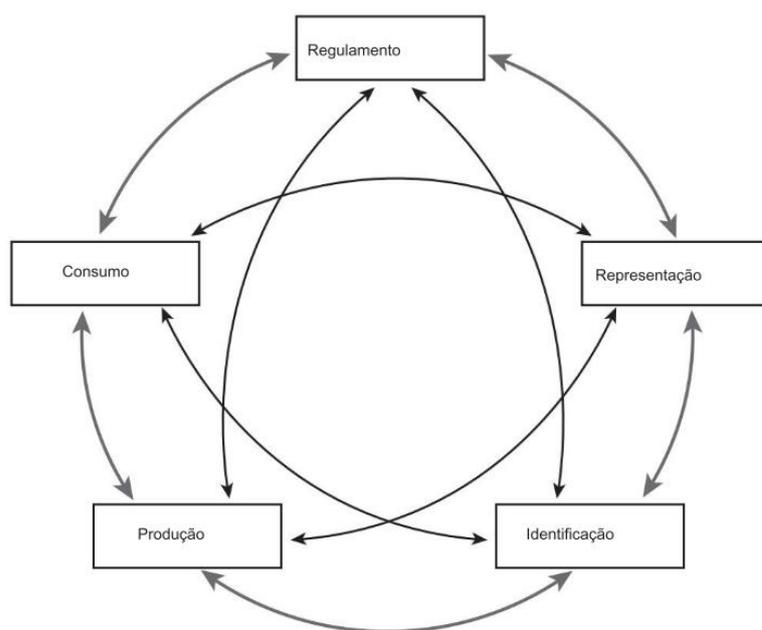
Da mesma forma, os profissionais de Relações Públicas também possuem sua própria identidade cultural, e a própria profissão desenvolveu seus valores e identidade cultural específicos. Em situações em que surgem questões de diferença cultural, como nas atividades de RPI, o engajamento crítico e ético é de extrema importância para integrar o conceito de cultura como parte de um plano estratégico de comunicação. Diante dessas considerações e do crescente interesse em compreender o papel da cultura nas atividades de RPI, surge o modelo econômico-cultural das práticas de RPI.

É importante ressaltar que o modelo econômico-cultural das práticas de RPI não é uma invenção exclusiva das Relações Públicas, tem origem em um modelo anterior elaborado em 1964 por um grupo de estudiosos da Escola de Estudos Culturais da Universidade de Birmingham, conhecidos como du Gay, Hall, James, Mackay e Negus (1997). Esse grupo criou o "circuito da cultura", que explica como o sistema cultural e o sistema de poder interagem entre si para criar significado. A principal tese desse modelo é que a cultura não apenas define o sentido de uma realidade, mas é, ela própria, um sentido. Os estudiosos dos Estudos Culturais consideram a cultura como uma realidade autônoma, embora influenciada pela sociedade.

No contexto dos estudos recentes sobre RPI, Curtin e Gaither (2007) adotam e adaptam o circuito cultural no modelo econômico-cultural das práticas de RPI. Os autores utilizam esse modelo para explicar a interação entre negócios e públicos influentes na criação de significado em torno de uma marca, produto, serviço ou experiência. O circuito da cultura serve como base para compreender os diferentes momentos do processo de criação de sentido e pode ser utilizado como uma estrutura analítica para planejar as reações dos diversos públicos influentes ao longo do processo de atribuição de sentido.

Em suma, o modelo econômico-cultural das práticas de RPI destaca o papel dos sujeitos e suas experiências sociais, bem como a ideia de que a realidade é resultado da interação entre as pessoas. A cultura é tanto uma representação de significados compartilhados quanto um produto cultural. Nesse contexto, os profissionais de Relações Públicas atuam como pontes entre relacionamentos, processos e cultura, desempenhando um papel crucial na mediação e na criação de sentido.

Figura 1 - O Circuito Cultural e as Inter-relações de Cinco Momentos



Fonte: CURTIN, GAITHER, 2007, p. 38., *in* VALENTINI 2007

O modelo econômico-cultural das práticas de RPI realça as várias relações entre significado e cultura por meio de cinco momentos constitutivos: regulação, representação, identificação, produção e consumo. Esses momentos não seguem uma ordem linear e não possuem um começo ou fim definidos, como pode ser observado na figura 1. Eles funcionam sinérgicamente e contribuem para o processo de criação de significado, resultando em um

significado compartilhado. No entanto, é importante observar que o significado criado não é estável ao longo do tempo, podendo ser recriado, modificado e alterado devido a mudanças contextuais e situacionais.

Os cinco momentos podem ser definidos mais especificamente da seguinte forma:

1. Regulação: Neste momento, estão presentes diferentes formas de controle, como normas, regras, leis e políticas específicas de um determinado sistema cultural. Esses parâmetros definem o que é considerado certo ou errado, aceitável ou inaceitável dentro de uma cultura. A regulação fornece a base para a prática ética e correta das RPI (CURTIN, GAITHER, 2007).

2. Representação: Esse momento diz respeito à forma como um público define um objeto e associa um significado a ele. Os objetos adquirem significado quando representam algo para alguém. O processo de representação é discursivo e construído socialmente por meio de um discurso simbólico.

3. Identificação: Refere-se aos significados amplamente compartilhados por atores sociais, como nações, organizações e públicos. O objetivo é criar uma identificação entre a empresa e os públicos relevantes, baseada em um significado compartilhado.

4. Produção: Este momento envolve o processo de construção de mensagens e comunicações em torno de um produto, marca ou campanha. É considerado o nível mais tático das práticas de Relações Públicas. Durante a produção, várias representações ganham forma em produtos tangíveis ou simbólicos. Fatores como tecnologia, cultura corporativa, estratégias de gestão e expectativas dos stakeholders influenciam o produto final e o significado atribuído a ele.

5. Consumo: Esse momento diz respeito ao processo de decodificação das mensagens criadas pelas empresas pelos consumidores. Durante esse processo, os consumidores negociam ativamente e cocriam o significado da mensagem com a empresa. Eles selecionam apenas os conteúdos que correspondem aos valores de seu meio social e atribuem significados de acordo com seus próprios modelos culturais e sistemas de valores.

Além de princípios gerais e aplicações específicas, o modelo econômico-cultural das práticas de RPI destaca a importância dos fatores contextuais e situacionais na construção do significado. Também enfatiza a interação dinâmica entre os diferentes momentos e seu impacto na percepção final de significado. Além disso, o modelo reconhece o papel significativo das audiências influentes, que não são meramente consumidoras passivas de mensagens, mas se tornam parte integrante do processo de construção de um significado compartilhado em torno

dessas mensagens. Isso influencia a criação de valor da marca, o posicionamento da empresa no mercado e a cultura corporativa.

2.2.3.4 Modelo de construção de terceira cultura (TCB)

O modelo *Third Culture Building* (TCB) surge como reflexão sobre o papel da cultura nos processos comunicacionais e relacionais entre indivíduos de diferentes nações. Casmir (1978) se baseia na ideia de que, quando duas pessoas de nações distintas se encontram e se relacionam, cada uma deve estar disposta a deixar de lado parte de sua própria cultura para se aproximar da cultura do outro. O modelo não preconiza a adaptação aos hábitos e costumes locais, como sugerido por abordagens gerenciais locais, nem a imposição dos próprios valores sobre a comunidade local, como postulado pelas abordagens globais.

O TCB propõe uma encruzilhada entre a cultura corporativa e a cultura dos públicos influentes em terceiros países. Nesse sentido, os participantes da relação devem estar dispostos a investir tempo e recursos para aprender com o outro. O modelo foi proposto por Casmir (1978), um estudioso da comunicação intercultural, como um teorema normativo para definir as relações entre empresas multinacionais e públicos influentes em terceiros países. Segundo Casmir (1978), a convivência entre culturas diferentes não deve implicar a abdicação da identidade cultural de cada um, mas deve basear-se na criação de uma interface cultural que facilite as relações e trocas, formando um espaço social compartilhado, sem a imposição de um modelo padronizador.

Ao contrário de outros modelos de comunicação intercultural que enfatizam o indivíduo e sua adaptação a diferentes culturas, o modelo TCB destaca o processo de interação entre pessoas de diferentes culturas, no qual elas negociam suas diferenças. O diálogo é fundamental para o desenvolvimento de uma terceira cultura, pois é por meio dele que os indivíduos se relacionam e negociam significados juntos. O modelo TCB é completamente intersubjetivo e cocriativo, enfatizando a reciprocidade, o diálogo e a transformação como elementos necessários para a comunicação intercultural (CASMIR, 1978).

Esse modelo é especialmente adequado para abordar questões relacionadas ao poder. Nas Relações Públicas, o modelo bidirecional simétrico, que equilibra o poder da organização e o poder do público de referência, é considerado o regulatório por excelência. A comunicação bidirecional simétrica ocorre quando os atores percebem que podem influenciar tanto os resultados da comunicação quanto o comportamento organizacional e individual. Segundo o modelo TCB, o poder, assim como outros fatores que influenciam as relações, não é estático,

mas dinâmico e contextualizado. A definição do poder é um processo influenciado por aspectos macro contextuais, como a posição da organização no contexto político, econômico, social e cultural, e por aspectos micro contextuais, como a capacidade da organização de definir e redefinir seu papel em um processo de negociação.

No entanto, o modelo TCB possui suas limitações. O próprio Casmir (1978) aponta que o modelo não é aplicável em todas as situações de comunicação e pode falhar em determinadas circunstâncias, como quando uma das partes não está mais disposta a negociar significados e compreender a outra. Para que o modelo funcione, cada ator precisa estar disposto a ajustar ou transformar suas crenças e valores para obter uma compreensão cultural do outro. Quando os atores estão inseridos em um sistema organizacional, a complexidade aumenta, pois surgem questões sobre quais valores corporativos, profissionais ou pessoais podem ser deixados de lado para alcançar uma compreensão e relacionamento profundos.

Dentro de seus limites normativos, o modelo TCB é especialmente adequado para situações de comunicação em que as relações com públicos influentes são estáveis, consolidadas e sólidas. Uma organização dificilmente se arriscará a sacrificar seus valores se não perceber um esforço semelhante por parte da outra parte envolvida.

2.2.3.5 Modelo in-awareness

No modelo de conscientização proposto por Rhonda Zaharna (2001), os elementos-chave são a cultura e a conscientização de seu papel importante nas atividades de Relações Públicas Internacionais. Zaharna, uma estudiosa israelense-americana, desenvolveu essa abordagem em 2001, refletindo cuidadosamente sobre as práticas de comunicação e as respostas de audiências influentes. Segundo Zaharna(2001), a falta de consciência das normas comunicacionais e das regras de comportamento prescritas pela cultura pode levar ao fracasso ou até mesmo à ruína de projetos de RPI.

O principal desafio, de acordo com Zaharna (2001), reside não nas regras explícitas de comunicação, mas nas regras implícitas. Ela utiliza os termos "inconsciência" para se referir à falta de conhecimento das regras das quais estamos cientes e "desconhecimento" para aquelas das quais não temos ciência. A partir de uma reflexão sobre a comunicação intercultural, Zaharna (2001) busca identificar os fatores que influenciam as atividades de RPI.

Partindo do pressuposto de que a cultura e as normas culturais desempenham uma função crucial em interações de todos os tipos, essa abordagem procura responder à seguinte pergunta: como as diferenças no estilo de comunicação entre o orador público e o cliente afetam a função das Relações Públicas?

Zaharna (2001) identifica três perfis essenciais para o planejamento e o gerenciamento eficaz das atividades de RPI: o perfil País, o perfil Cultural e o perfil Comunicação. Cada perfil contém elementos importantes para a compreensão do contexto e da situação em que as RPIs são conduzidas. Esses perfis ajudam a analisar e abordar as diferenças culturais, as normas comunicacionais e os desafios específicos enfrentados nas Relações Públicas Internacionais, como pode-se observar no quadro 1.

Quadro 1 - A Abordagem de Conscientização para o Perfil de RPI

	Perfil do País	Perfil Cultural	Perfil de Comunicação
Questões Norteadoras	Quais são os elementos estruturais que podem influenciar o planejamento e desenvolvimento das atividades de RP?	Quais são os aspectos culturais que podem influenciar o planejamento e desenvolvimento das atividades de RP?	Que tipos de comunicação podem ser influenciados por elementos culturais e/ou nacionais?
Itens a Considerar	Estrutura política Estrutura Econômica Mídia de Massa Infraestrutura Estrutura Legal Estrutura Social	Contexto Alto/ Baixo Tempo Monocrônico/ Policrônico Individualismo/ Coletivismo Fazer/ Ser orientado Orientado para o Futuro/ Passado Linear/ Não Linear	Comunicação Verbal Comunicação Não Verbal Comunicação Visual Dinâmica de Grupo Práticas de Decisão Matriz de Comunicação

Quadro 2 - A Abordagem de Conscientização para o Perfil de RPI

Fonte: ZAHARNA, 2001, p. 144. In VALENTINI, 2007 adaptado pela Autora

1. Perfil do país:

No modelo de conscientização proposto por Zaharna (2001), o perfil do país desempenha um papel crucial nas atividades de Relações Públicas Internacionais (RPI). Cada país possui características específicas que o distinguem dos demais e influenciam as práticas de Relações Públicas. Isso inclui a organização dos sistemas político, econômico, social, jurídico, de mídia e de infraestrutura.

É fundamental ter um conhecimento aprofundado do sistema político, das estruturas e órgãos de poder, dos processos de tomada de decisão e da economia do país em questão. Por exemplo, abordagens que funcionam em economias de mercado podem não ser eficazes em economias socialistas. Além disso, compreender o estado de difusão e o papel das estruturas

sociais, como a família, a escola, as associações religiosas e a estrutura jurídica, é importante para entender as normas que regem a sociedade.

Cada sociedade tem seus próprios meios de regular o comportamento dos cidadãos. Enquanto algumas sociedades são baseadas em leis escritas, outras seguem normas não escritas ou religiosas. Por exemplo, em alguns países árabes, é obrigatório que as mulheres, incluindo estrangeiras, cubram a cabeça. Não seguir esse costume não apenas demonstra desrespeito à sociedade, mas pode levar a disputas judiciais e à prisão.

Outro aspecto relevante é o papel da mídia, que pode variar de país para país. Em países autoritários ou ditatoriais, os meios de comunicação não desempenham o papel de vigilantes do sistema político e econômico, como em muitos países ocidentais. Em vez disso, são controlados pelo próprio poder, que busca influenciar a opinião pública por meio de informações manipuladas. Isso tem um impacto significativo nos esforços de Relações Públicas de uma empresa. Para acessar a mídia em países com controle mais rígido, é necessário obter a aprovação do sistema político e estabelecer relações de confiança com os reguladores locais.

Também é importante considerar o nível de alfabetização de um país. Altos níveis de alfabetização estão associados a um maior consumo de mídia impressa, como jornais e revistas, enquanto em países com baixa alfabetização, o rádio e a televisão podem ser canais mais eficazes para alcançar a opinião pública.

Em países em desenvolvimento, como muitos na África subsaariana, o rádio e a comunicação interpessoal desempenham um papel crucial na comunicação. Nesses casos, planejar uma campanha social requer a organização de eventos e a utilização do rádio como meio de comunicação direta com os residentes.

Além disso, o conhecimento das novas tecnologias, como smartphones, redes sociais e tablets, é essencial para identificar os canais mais adequados para se comunicar com o público-alvo em um determinado país.

2. Perfil Cultural:

Enquanto o perfil do país fornece informações básicas sobre o sistema do país, o perfil cultural permite entender o que é eficaz dentro desse sistema. Zaharna (2001) sugere seis fatores para determinar o perfil cultural de um país: contexto alto/baixo, tempo monocrônico/policrônico, individualismo/coletivismo, fazer/ser, futuro/passado e linear/não linear. Esses fatores ajudam a identificar as diferenças culturais que podem afetar as atividades de RPI.

O perfil cultural é fundamental para superar barreiras psicológicas e entender as diferenças culturais que podem influenciar a eficácia das estratégias de Relações Públicas. O que é amplamente aceito em uma cultura pode não ser em outra, e compreender essas diferenças é essencial para o sucesso das atividades de RPI.

3. Perfil de Comunicação:

O perfil de comunicação permite coletar informações sobre as preferências comunicacionais e os comportamentos comunicacionais dos públicos-alvo em uma cultura específica. Zaharna (2001) enfatiza que todas as formas de comunicação, incluindo o contexto, são importantes na criação de significado em qualquer interação. Os fatores a serem considerados para definir o perfil de comunicação de uma cultura incluem o registro da comunicação escrita e oral, o uso de gestos e outras formas de comunicação não verbal, o uso do espaço ou distância, a escolha de imagens e sons, o estilo retórico da mensagem e a matriz de comunicação.

Essas informações são vitais para estabelecer contatos e relacionamentos com clientes de diferentes culturas e para propor planos de trabalho eficazes. Compreender as preferências e comportamentos comunicacionais de um público-alvo específico é essencial para uma comunicação eficaz e para evitar mal-entendidos culturais.

Em resumo, a abordagem de conscientização proposta por Zaharna (2001) destaca a importância do perfil do país, perfil cultural e perfil de comunicação nas atividades de Relações Públicas Internacionais. Esses perfis fornecem um maior conhecimento do contexto do país, uma maior sensibilidade cultural e comunicacional, e são elementos essenciais para o sucesso das atividades de RPI.

2.2.4 Fatores contextuais e situacionais das RPI

Os Relações Públicas Internacionais dependem amplamente das ferramentas clássicas de Relações Públicas e das especializadas ilustradas nos capítulos anteriores do manual. O que diferencia o RPI das Relações Públicas tradicionais não são tanto as ferramentas, mas sim os fatores a serem considerados. Um ponto de partida para definir e planejar estratégias e técnicas de RPI é a análise de fatores contextuais e situacionais. A análise dos fatores que influenciam o contexto é uma das fases mais importantes na elaboração de um plano de comunicação porque permite recuperar a informação qualitativa e quantitativa necessária para a elaboração do plano e sua eficácia.

Os fatores contextuais estão ligados ao sistema do país e são essenciais para entender o contexto no qual as atividades de Relações Públicas serão realizadas. Esses fatores incluem o grau de desenvolvimento econômico e social de um país, que é fundamental para planejar e adaptar as estratégias de Relações Públicas. Embora os fatores contextuais sejam os mesmos em todos os países, a natureza de cada fator pode variar, tornando cada país único.

Por outro lado, os fatores conjunturais são independentes do sistema-país e podem se aplicar a vários países e culturas. Esses fatores estão relacionados à situação comunicacional, aos objetivos do RPI e à natureza da organização. Compreender e considerar esses fatores é essencial para tomar decisões estratégicas e táticas adequadas em cada situação e contexto específico do RPI.

Para analisar esses fatores de maneira eficaz, é importante que os profissionais de Relações Públicas tenham um conhecimento profundo de todas as influências potenciais no RPI. Informações sobre fatores contextuais podem ser obtidas por meio de fontes secundárias, como relatórios anuais publicados por organizações como a CIA (*Central Intelligence Agency*), que fornece informações políticas, econômicas e sociais de cada país em seu site (*The World Factbook*). Organizações sem fins lucrativos, como a *Transparency International* e a *Freedom House*, também publicam relatórios anuais sobre transparência, corrupção, democracia e liberdade de expressão, que podem ser úteis para obter dados sobre fatores contextuais.

Além disso, as câmaras de comércio de cada país costumam publicar estudos específicos com certa regularidade. No que diz respeito aos fatores situacionais, os profissionais precisarão recorrer a outras ferramentas investigativas, como entrevistas, grupos focais e observação direta da dinâmica de interação entre os indivíduos, para coletar dados relevantes.

Em suma, a análise dos fatores textuais e situacionais é essencial para o planejamento eficaz das atividades de RPI. Os fatores contextuais fornecem informações sobre o sistema do país, enquanto os fatores conjunturais estão relacionados à situação comunicacional e à natureza da organização. Compreender e considerar esses fatores é fundamental para tomar decisões estratégicas e táticas adequadas às necessidades e contexto específico do RPI.

2.2.4.1 Fatores Contextuais

Os seis fatores contextuais indicados por Vercic, Grunig e Grunig (1996) e utilizados nos estudos comparativos de RPI (SRIRAMESH, VERCIC, 2003) são fundamentais para traçar o sistema-país. São eles o sistema político, o sistema jurídico, o sistema econômico, o sistema midiático, o sistema sociocultural e o sistema de cidadania ativa.

1. O sistema político: Refere-se ao conjunto de instituições, grupos e processos políticos interdependentes em um país. É importante analisar o sistema político para identificar e compreender elementos como a forma de governo, as instituições governamentais, os processos de decisão política, a posição política do país em questões internacionais e o papel dos stakeholders. Além disso, entender as relações entre o governo e as organizações complexas, como as relações com os stakeholders, é fundamental para a atuação das Relações Públicas.

2. O ordenamento jurídico: Trata-se do conjunto de normas que regulam a sociedade e que são vigentes em uma determinada área territorial. Analisar o ordenamento jurídico de um país implica identificar e conhecer a forma da lei estadual, as instituições e atores responsáveis por governar e regular o sistema jurídico, a jurisprudência, as normas relativas à publicidade e informação, bem como as regras específicas que regem as atividades da organização. Essa análise é importante para o planejamento de campanhas de Relações Públicas, pois auxilia na compreensão das restrições e possibilidades em termos de publicidade, marketing e comunicação institucional.

3. O sistema econômico: Refere-se aos elementos que caracterizam uma sociedade em termos de modo de produção, modo de troca e relações entre os operadores econômicos. Analisar o sistema econômico envolve compreender a natureza da economia do país, os atores envolvidos, o estado e desenvolvimento econômico, o grau de abertura ao investimento estrangeiro, as regras e regulamentos empresariais, bem como o estado das infraestruturas. Essa análise é essencial para adaptar as estratégias de Relações Públicas de acordo com o contexto econômico e identificar oportunidades e desafios relacionados.

4. O sistema de mídia: É o conjunto de organizações públicas e privadas cujo objetivo principal é informar os cidadãos por meio dos meios de comunicação. Ao analisar o sistema de mídia, é necessário identificar e conhecer as instituições de mídia mais importantes e influentes do país, o grau de dependência/independência em relação aos poderes políticos/econômicos, a natureza da mídia (estatal ou comercial), a posição política de cada mídia, as práticas jornalísticas específicas e a dinâmica de interação entre palestrantes e jornalistas. Compreender o sistema de mídia é fundamental para desenvolver estratégias de comunicação eficazes e adaptadas ao contexto mediático do país.

5. O sistema sociocultural: Refere-se ao conjunto de instituições, grupos e organizações que representam interesses particulares na sociedade. A análise do sistema sociocultural envolve identificar e compreender as instituições, grupos e organizações que representam esses interesses, o papel e o poder de influência delas nos processos decisórios, as

formas e lugares de representação e discussões sociopolíticas, bem como a diversidade de representação dos interesses socioculturais no sistema do país. Essa análise permite adaptar as estratégias de Relações Públicas para considerar a diversidade sociocultural e os interesses específicos presentes no país.

6. O sistema de cidadania ativa: Refere-se ao nível de ativismo presente em um país e à propensão dos indivíduos para formar movimentos e associações a fim de promover mudanças sociais ou políticas. Analisar o sistema de cidadania ativa envolve identificar e compreender o nível de tolerância ao ativismo na sociedade, a opinião pública sobre diversos assuntos, as instituições, grupos e atores com interesses específicos, as regras e normas relacionadas ao ativismo, greves e protestos, bem como os locais e meios de agregação dos cidadãos. Essa análise é importante para entender o ambiente sociopolítico do país e adaptar as estratégias de Relações Públicas de acordo com o contexto de ativismo e engajamento cívico.

2.2.4.2 Fatores situacionais

Fatores situacionais são elementos independentes do sistema-país que impactam as escolhas e estratégias de Relações Públicas Internacionais. Existem diferentes tipos de fatores situacionais, alguns internos à organização e outros externos. Dentro de uma organização, um primeiro elemento a ser considerado é a natureza da organização para a qual se trabalha. Isso inclui se a organização é uma multinacional, uma agência, uma organização sem fins lucrativos, uma empresa pública administrativa ou uma organização internacional. As atividades de RPI variam de acordo com a natureza da organização, pois cada tipo de organização tem objetivos diferentes, desempenha um papel distinto no sistema social (por exemplo, econômico, público, social) e seu papel pode ou não ser legitimado pela comunidade local. Por exemplo, em países com regimes ditatoriais e pouca liberdade de expressão, organizações sem fins lucrativos cujo objetivo é promover maior liberdade e fortalecer os direitos humanos enfrentarão mais dificuldades ao se relacionar com interlocutores do sistema político do que em países onde as liberdades são maiores. Nesse caso, a organização precisa adaptar suas estratégias e táticas de RPI para tentar melhorar o relacionamento com os formuladores de políticas e fortalecer sua legitimidade junto à comunidade local, considerando as barreiras estruturais e a hostilidade do sistema político.

A cultura e os valores corporativos também são elementos internos da organização que impactam a RPI. Organizações que adotam uma perspectiva global desejam manter uma comunicação integrada e unificada das atividades de RPI em todos os países. Essas

organizações planejam suas atividades de RPI para estar alinhadas com sua cultura corporativa. Nesse contexto, o modelo de Transculturalidade Baseada em Comunicação (TBC), mencionado anteriormente, pode não ser adequado. O profissional de RPI precisa levar em consideração a estrutura organizacional, a cultura gerencial e os valores da organização para decidir quais estratégias e táticas adotar em um terceiro país. Propor uma estratégia que não esteja alinhada com a cultura corporativa pode levar ao fracasso devido à falta de apoio da gestão.

Entre os fatores situacionais externos mais importantes está a religião (VERCIC, GRUNIG e GRUNIG, 1996). Embora a religião muitas vezes seja classificada junto com os fatores contextuais socioculturais, ela pode estar vinculada a aspectos situacionais específicos. Em alguns países, a religião desempenha um papel tão importante que influencia o sistema político, social e cultural a ponto de ser praticamente impossível excluir os líderes religiosos das decisões políticas e jurídicas. O papel da religião nas relações internacionais contemporâneas tem sido crescente, como evidenciado pelos discursos islâmicos da Al-Qaeda e pelas referências a valores cristãos na política externa de algumas nações. O aumento do papel da religião na dinâmica política interna também é observado em países do Leste Asiático e na Índia, onde o papel de partidos religiosos está em ascensão. Por fim, é importante lembrar que questões religiosas, como o uso do véu islâmico nas escolas francesas e a referência ao patrimônio cultural cristão no preâmbulo da constituição europeia, estão ligadas ao fator religioso, entre muitos outros aspectos (VERCIC, GRUNIG e GRUNIG, 1996).

Outro fator situacional interno/externo é a finalidade das RPIs. Dependendo da situação comunicacional, diferentes estratégias podem ser escolhidas. Se o objetivo da organização no processo de comunicação é negociar, o modelo TBC é mais adequado em situações de negociação com interlocutores de terceiros países. Se o objetivo é construir um significado compartilhado em torno de uma marca, produto ou empresa, o modelo de circuito econômico-cultural é mais apropriado. Já a abordagem *in-aware* pode ser muito eficaz quando o profissional pretende mapear o público de referência de um terceiro país, pois leva em consideração tanto os fatores contextuais e culturais quanto os específicos da situação e do sujeito-interlocutor.

Portanto, durante o planejamento das RPIs, é necessário considerar os fatores situacionais juntamente com os contextuais para escolher as estratégias e táticas mais adequadas.

2.2.5 O papel do profissional de RPI e competências necessárias

À medida em que as Relações Públicas se tornam cada vez mais internacionais e enfatizam atividades que exigem conhecimento do contexto internacional e intercultural, os profissionais devem estar preparados para desempenhar um papel fundamental no auxílio a organizações complexas e seus clientes na gestão das complexidades, ambiguidades e riscos inerentes à interação com diversos públicos. Para isso, é essencial que os profissionais possuam um conjunto abrangente de habilidades.

Primeiramente, é fundamental que os profissionais tenham um amplo conhecimento dos modelos de gestão de Relações Públicas Internacionais apresentados anteriormente. Esses modelos fornecem uma estrutura conceitual para compreender e abordar as dinâmicas das RPI, permitindo aos profissionais adaptarem suas estratégias e táticas de acordo com as particularidades de cada situação.

Além disso, os profissionais de Relações Públicas devem possuir um conhecimento profundo de sensibilidade cultural, que envolve a compreensão e a apreciação das diferenças culturais entre os países e os públicos com os quais estão lidando (FREITAG e STROKES, 2009). Esse conhecimento deve ser acompanhado de uma boa compreensão das línguas e costumes estrangeiros relevantes, pois isso facilita a comunicação eficaz e ajuda na construção de relacionamentos positivos com os diversos públicos.

As competências interculturais também desempenham um papel crucial. Os profissionais de Relações Públicas devem ser capazes de se adaptar e trabalhar efetivamente em ambientes multiculturais, demonstrando flexibilidade, respeito e habilidades de comunicação intercultural. Isso envolve a capacidade de compreender perspectivas diferentes, adaptar mensagens e estratégias de acordo com as necessidades culturais específicas e construir pontes entre diferentes públicos.

Por fim, a análise e interpretação são habilidades fundamentais para os profissionais de Relações Públicas internacionais. Os RPs devem ser capazes de analisar o contexto político, social, cultural e econômico dos países em que atuam, bem como interpretar as nuances e sutilezas das dinâmicas de comunicação. Isso ajuda na tomada de decisões informadas e na elaboração de estratégias eficazes que levem em consideração as particularidades e os desafios específicos de cada situação.

Em resumo, os profissionais de Relações Públicas internacionais devem estar preparados para lidar com a complexidade e a interculturalidade, devem possuir conhecimentos sólidos dos modelos de gestão de RPI, sensibilidade cultural, habilidades interculturais

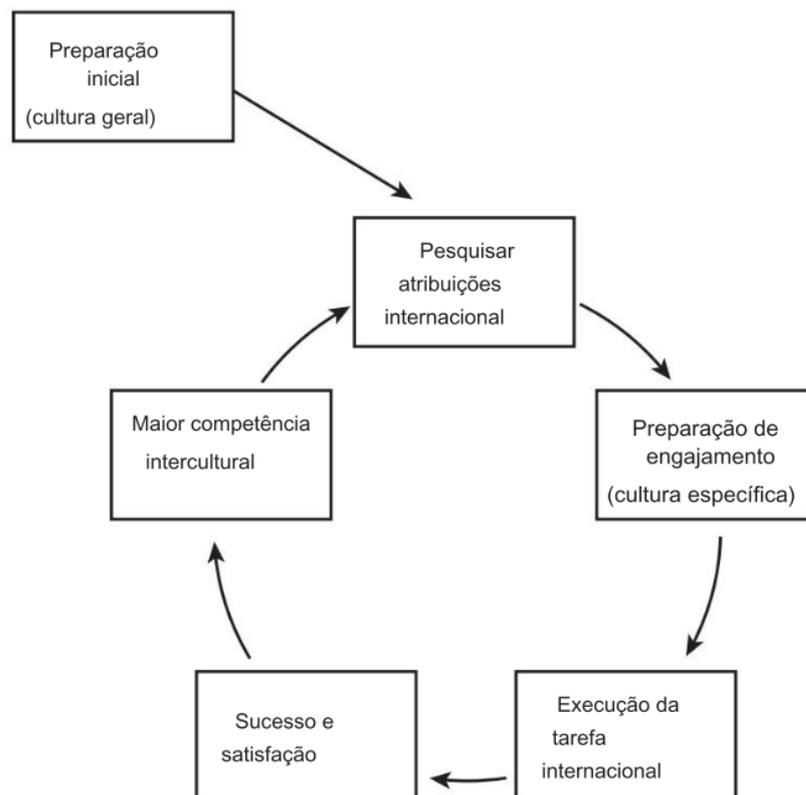
consolidadas e capacidade de análise e interpretação. Ao dominar essas habilidades, os profissionais estarão bem equipados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades das Relações Públicas em um contexto globalizado.

2.2.5.1 Sensibilidade Cultural

No que diz respeito às habilidades interpessoais, é verdade que adquirir sensibilidade cultural não é um processo que possa ser precisamente quantificado ou adquirido apenas por meio de estudos teóricos. A sensibilidade cultural é uma habilidade que geralmente se desenvolve com a experiência prática em atividades internacionais.

Conforme mencionado por Freitag e Strokes (2009), tornar-se um especialista em RPI requer uma dose significativa de sensibilidade cultural, que é adquirida por meio de vivências diretas em contextos internacionais. Quanto mais experiências internacionais um profissional acumula, mais sua competência cultural se expande. Esses estudiosos descrevem essa expansão como uma "espiral cumulativa de competências culturais", como pode ser observado na figura 2.

Figura 2 - Espiral Cumulativo de Habilidades Culturais



Fonte: FREITAG, STROKES, 2009, p. 13. In VALENTINI, 2007

Essa espiral começa com a formação em Relações Públicas Internacionais, incluindo o estudo da disciplina, o aprendizado de línguas estrangeiras e o conhecimento dos fatores contextuais e situacionais que influenciam as atividades de Relações Públicas em ambientes transculturais. Isso engloba a chamada "cultura geral" das RPI.

No entanto, é a experiência direta em contextos internacionais e a aplicação desse conhecimento em um contexto específico fora do próprio país ou do público-alvo tradicional que transformam essa cultura geral em "cultura específica". Cada experiência internacional adiciona conhecimentos específicos sobre um determinado contexto-país, e esses conhecimentos se acumulam ao longo do tempo, construindo gradualmente uma bagagem cultural cada vez mais ampla. É nesse sentido que os autores descrevem a ideia da espiral, na qual o conhecimento se acumula à medida que se pratica. Quanto mais experiência, maior se torna a sensibilidade cultural.

Portanto, embora não exista uma fórmula exata para adquirir sensibilidade cultural, a experiência prática e a exposição a diferentes contextos culturais desempenham um papel fundamental no desenvolvimento dessa habilidade. À medida que os profissionais de Relações Públicas internacionais acumulam experiência e se envolvem em atividades internacionais, sua sensibilidade cultural tende a se aprimorar e se expandir, permitindo-lhes lidar de forma mais eficaz com os desafios e as complexidades das interações interculturais.

2.2.5.2 Habilidades Interculturais

Para realizar com sucesso as atividades de Relações Públicas Internacionais, é essencial possuir habilidades interculturais. O profissional precisa reconhecer que o desenvolvimento dessas competências requer o conhecimento do contexto "cultural". Conforme mencionado nos parágrafos anteriores, existem diversos fatores que influenciam o êxito das comunicações e, portanto, devem sempre ser considerados no planejamento das atividades de RPI.

Um exemplo importante é a compreensão de que em culturas de alto contexto¹, os indivíduos se comportam de acordo com papéis predefinidos e específicos, o que significa que não é necessário esclarecer explicitamente as tarefas atribuídas. Já em culturas de baixo

¹ Culturas de alto contexto não respondem apenas verbalmente, mas utilizam todos os meios de interação para isso. Essas culturas são encontradas tipicamente no Oriente Médio, Ásia, África e América do Sul (HALL, 2011)

contexto², os profissionais precisarão fazer mais perguntas e buscar acordos verbais ou escritos para esclarecer o que se espera do relacionamento.

Além dos fatores mencionados nas teorias, modelos e abordagens apresentados anteriormente, as dimensões culturais de Hofstede (1991) têm sido amplamente utilizadas em estudos de cultura empresarial e Relações Públicas para explicar comportamentos entre indivíduos de diferentes culturas. Hofstede desenvolveu essa teoria nos anos 80, com o objetivo de explicar as diferenças culturais. A teoria das dimensões culturais é baseada na ideia de que a cultura pode ser classificada em cinco dimensões: poder (igualdade versus desigualdade), coletivismo (versus individualismo), rejeição à incerteza (versus tolerância à incerteza), masculinidade (versus feminilidade) e orientação temporal e clemência (versus tolerância ao controle). Cada dimensão é associada a um índice numérico que facilita a comparação entre diferentes culturas nacionais. No entanto, essa teoria tem sido criticada por não levar em consideração que cada indivíduo é influenciado não apenas pela cultura de seu país de origem, mas também por outros fatores que moldam seu comportamento e ações.

Um profissional que busca adquirir competências interculturais deve considerar essas dimensões, juntamente com os outros fatores mencionados anteriormente, ao interagir com clientes e interlocutores de outros países. Uma análise preliminar da cultura e dos processos e relacionamentos de comunicação deve ser acompanhada de uma observação mais detalhada de como os interlocutores interagem em seu contexto natural. Em muitas situações, contar com a orientação de um profissional local pode ser útil no início para compreender e se adaptar à forma de interação com o público local.

2.2.5.3 Habilidades de análise e interpretação

Para se destacar nas atividades de RPI, é fundamental que um profissional adquira a habilidade de analisar o sistema-país, conforme destacado por Taylor (2001). Isso envolve mapear e definir de maneira detalhada os fatores contextuais, como políticos, econômicos, sociais, jurídicos, culturais e midiáticos de um país. Além disso, é essencial possuir uma capacidade de interpretação sofisticada, levando em consideração a dinâmica das relações internacionais e as possíveis tensões dentro dos grupos. Isso ocorre porque as atividades de RPI podem ter efeitos que se estendem além das fronteiras e afetam outros países.

² Culturas de baixo contexto raramente levam em conta o contexto físico e social para interpretar a notícia. Culturas de baixo contexto são encontradas normalmente na Europa Ocidental, Estados Unidos e Canadá. (HALL, 2011)

Dessa forma, as atividades de RPI devem ser planejadas de forma coordenada, levando em conta possíveis efeitos indiretos. Por exemplo, ao planejar uma atividade no país A, um profissional deve considerar como essa atividade pode ser percebida nos países B e C, uma vez que o público do país A provavelmente irá se comunicar com o público dos outros países sobre as ações da organização. É crucial garantir que o que é planejado para o país A não seja percebido negativamente nos outros países, pois isso poderia prejudicar as atividades de RPI nos países B e C e comprometer a reputação da organização entre os públicos desses países.

É importante ressaltar que as novas tecnologias de comunicação, como a internet, smartphones e outros, têm um impacto significativo na disseminação e velocidade de recepção de mensagens em nível global. Portanto, compreender o conceito de "contexto" e os fatores contextuais é fundamental para o planejamento das atividades de RPI, conforme salientado por Taylor (2001). Além das habilidades mencionadas, outras também não devem ser esquecidas.

A ética profissional desempenha um papel crucial, sendo indispensável em um contexto transcultural e internacional para se apresentar como um interlocutor qualificado. É preciso estar ciente de que diferentes culturas podem ter diferentes histórias e tradições profissionais, e que a tomada de decisões e a gestão de relacionamentos podem envolver abordagens que parecem incomuns e diferentes do que se espera tradicionalmente de uma organização complexa. Além disso, é fundamental reconhecer que o papel do orador público pode ser conceituado de forma diferente de país para país. Um profissional de Relações Públicas deve estar preparado para lidar com as particularidades do contexto internacional de forma aberta, sem preconceitos ou estereótipos.

Em resumo, adquirir habilidades analíticas e interpretativas, considerar os efeitos indiretos das atividades de RPI em diferentes países, compreender o impacto das novas tecnologias de comunicação e manter uma postura ética e culturalmente sensível são elementos essenciais para os profissionais de Relações Públicas Internacionais.

3 OBRAS MAIS UTILIZADAS NA DISCIPLINA RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NO BRASIL PELOS CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Neste capítulo são apresentadas as universidades escolhidas para o trabalho, suas histórias e o histórico dos cursos, como também o ementário e as obras utilizadas nas disciplinas de Relações Públicas Internacionais.

Ao falar sobre os ementários dos cursos e visando atender a um dos objetivos específicos deste estudo: “Avaliar se as obras utilizadas conseguem atender a ementa da disciplina de RPI e preparar o futuro egresso para o mercado”, buscou-se amparo nas diretrizes curriculares estabelecidas pelo Ministério da Educação (MEC), datadas de 2002 (ANEXO I) do curso de comunicação social: habilitação em Relações Públicas e, a mais recente de 2013 (ANEXO II) para o curso de Relações Públicas.

A diretriz de 2002, estabelece o perfil comum e específico por habilitação, de cada curso da área da comunicação social, bem como os conteúdos básicos relacionados à parte comum, e às diferentes habilitações e conteúdo específicos escolhidos pela instituição para organizar seu currículo pleno. A diretriz de 2013 acresce a especificação da formação do profissional de Relações Públicas, mas, assim como a de 2002, não aborda nada sobre a internacionalização do profissional de Relações Públicas, motivo pelo qual a disciplina de RPI não é ofertada em algumas universidades.

Para eleger quais universidades que entraram neste estudo iniciado em 2021, utilizamos o ranking 2021 “Guia da Faculdade³” publicado pelo Estadão e Quero Bolsa. Desse modo, os critérios para a seleção das universidades foram estabelecidos da seguinte forma:

- Uma universidade por região geográfica,
- Com avaliação em cinco estrelas (nota máxima dada pelo ranking). Não havendo universidades com esta nota na região, foi escolhida aquela com a maior nota.

As universidades que se enquadraram nesses critérios foram:

- Região Norte: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) com três estrelas
- Região Nordeste: Universidade Federal do Maranhão (UFMA) com quatro estrelas
- Região Centro-Oeste: Universidade Federal de Goiás (UFG) com três estrelas
- Região Sudeste: Universidade Estadual Paulista (Unesp) com quatro estrelas

³Guia da faculdade- Disponível em: https://publicacoes.estadao.com.br/guia-da-faculdade-2022/?post_type=faculdades_2022&ano=2022&s=rela%C3%A7%C3%B5es+p%C3%BAblicas&tipo=p%C3%BAblica&modalidade=&estado=&cidade=&classificacao=. Acesso em: 06 de outubro de 2022.

- Região Sul: Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW) com quatro estrelas.

Contudo, o estudo restou em três universidades uma vez que a disciplina de Relações Públicas Internacionais ou semelhante, não é ofertada nas Universidades Federal do Amazonas e Universidade Federal de Goiás. Ressalta-se que apesar de ser interessante o motivo pelo qual os cursos de RP foram criados nas instituições estudadas, este motivo não é relevante para este estudo e não consta nos objetivos traçados que possuem como foco o referencial teórico utilizado na disciplina de RPI. Ademais, algumas informações aqui apresentadas foram obtidas nos sites das universidades e em contato com a coordenação dos cursos que nos atenderam.

3.1 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)⁴

A Universidade Federal do Maranhão tem sua origem na antiga Faculdade de Filosofia de São Luís do Maranhão, fundada em 1953, por iniciativa da Academia Maranhense de Letras, da Fundação Paulo Ramos e da Arquidiocese de São Luís. Embora inicialmente sua mantenedora fosse aquela Fundação, por força da Lei Estadual n.º 1.976 de 31/12/1959 dela se desligou e, posteriormente, passou a integrar a Sociedade Maranhense de Cultura Superior-SOMACS, que fora criada em 29/01/1956 com a finalidade de promover o desenvolvimento da cultura do Estado, inclusive criar uma Universidade Católica.

A Universidade então criada, fundada pela SOMACS em 18/01/1958 e reconhecida como Universidade livre pela União em 22/06/1961, através do Decreto n.º 50.832, denominar-se Universidade do Maranhão, sem a especificação de católica no seu nome, congregando a Faculdade de Filosofia, a Escola de Enfermagem 'São Francisco de Assis' (1948), a Escola de Serviço Social (1953) e a Faculdade de Ciências Médicas (1958).

Posteriormente, o então Arcebispo de São Luís e Chanceler da Universidade, acolhendo sugestão do Ministério da Educação e Cultura, propõe ao Governo Federal a criação de uma Fundação oficial que passasse a manter a Universidade do Maranhão, agregando ainda a Faculdade de Direito (1945), a Escola de Farmácia e Odontologia (1945) - instituições isoladas federais e a Faculdade de Ciências Econômicas (1965) - instituição isolada particular.

Assim foi instituída, pelo Governo Federal, nos termos da Lei n.º 5.152, de 21/10/1966 (alterada pelo Decreto Lei n.º 921, de 10/10/1969 e pela Lei n.º 5.928, de 29/10/1973), a Fundação Universidade do Maranhão – FUM, com a finalidade de implantar progressivamente a Universidade do Maranhão.

⁴ Universidade Federal do Maranhão- Disponível em: <https://portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/historico.jsf> . Acesso em: 24 de outubro de 2022.

A administração da Fundação Universidade do Maranhão ficou a cargo de um Conselho Diretor, composto por seis membros titulares e dois suplentes, nomeados pelo Presidente da República, que entre si elegeram seu primeiro Presidente e Vice-Presidente.

O primeiro Conselho Diretor, a quem coube as providências preliminares da implantação da Universidade, foi assim constituído: Prof. Clodoaldo Cardoso, Presidente; Prof. Raymundo de Mattos Serrão, Vice-Presidente; Cônego José de Ribamar Carvalho, Prof. José Maria Cabral Marques, Dr. José Antonio Martins de Oliveira Itapary e Sr. Francisco Guimarães e Souza (substituído, por renúncia, pelo Prof. Orlando Lopes Medeiros) e suplentes Cônego Benedito Ewerton Costa e Prof. Joaquim Serra Costa.

O Decreto n.º 59.941, de 06/01/1967, aprovou o Estatuto da Fundação, cuja criação se formalizou com a escritura pública de 27/01/1967, registrada no cartório de notas do 1º Ofício de São Luís. Por fim, em lista tríplice votada pelo Conselho Universitário, foram eleitos, pelo Conselho Diretor, os primeiros dirigentes da nova Universidade, cuja posse se realizou no dia 01/05/1967. Foram eles o Prof. Pedro Neiva de Santana, Reitor; o Prof. Mário Martins Meireles, Vice-Reitor Administrativo e o Cônego José de Ribamar Carvalho, Vice-Reitor Pedagógico, isso de conformidade com o projeto do Estatuto da Universidade, já aprovado pelo Conselho Diretor e posto em execução, como norma provisória, até sua homologação e aprovação pelas autoridades competentes, o que só ocorreu em 13/08/1970 pelo Decreto Lei n.º 67.047 e Decreto n.º 67.048.

Em 14 de novembro de 1972, na gestão do Reitor Cônego José de Ribamar Carvalho, foi inaugurada a primeira unidade do Campus do Bacanga, o prédio 'Presidente Humberto de Alencar Castelo Branco'; a partir daí, a mudança da Universidade para o seu campus tornou-se irreversível. A história da Universidade Federal do Maranhão, suas relíquias e seus tesouros patrimoniais e arquitetônicos, estão devidamente catalogados e em exposição permanente no Memorial Cristo Rei, térreo da Reitoria, na Praça Gonçalves Dias.

O Palácio Cristo Rei (foto), sede da Reitoria da UFMA, um marco da arquitetura colonial de São Luís, foi construído em 1877. Seus primeiros proprietários pertenciam a uma tradicional família maranhense que, mais tarde, o doaram para o Clero, transformando-se na primeira sede da Diocese da capital maranhense, abrigando mais tarde a antiga Faculdade de Filosofia. Apesar de ter parte de sua estrutura destruída por um incêndio, em 1991, o Palácio Cristo Rei foi totalmente recuperado, sendo hoje um símbolo da antiga arquitetura maranhense.

Com mais de cinco décadas de existência, a UFMA tem contribuído, de forma significativa, para o desenvolvimento do Estado do Maranhão, formando profissionais nas diferentes áreas de conhecimento em nível de graduação e pós-graduação, empreendendo

pesquisas voltadas aos principais problemas do Estado e da Região, desenvolvendo atividades de extensão abrangendo ações de organização social, de produção e inovações tecnológicas, de capacitação de recursos humanos e de valorização da cultura.

Figura 3 - Entrada da UFMA



Fonte: <https://portalpadrao.ufma.br/site/institucional/campus-universitarios/campus-de-sao-luis-sede.jpeg/view>

3.1.1 Curso De Relações Públicas Na UFMA

O curso de comunicação social - Relações Públicas nasceu na UFMA como habilitação de Comunicação Social, em 1970, com um currículo baseado na grade dos cursos da Universidade de São Paulo (USP). Àquela época, o vestibular oferecia 20 vagas por semestre e a escolha da habilitação – Jornalismo ou Relações Públicas – se dava somente a partir do 5º período, conforme a Resolução 11/69, do então Conselho Federal de Educação (CFE).

Esse currículo vigorou até 1984, sofrendo alterações ao longo dos catorze anos. Em 1972, realizaram-se modificações como a exclusão do Latim e do Francês e a restrição da opção de idioma estrangeiro apenas para o Inglês. Em 1979, implantou-se o estágio curricular reforçado pela Resolução nº 38/80 e obrigatório em todos os cursos da UFMA. Em 1982, com a implantação do 1º Ciclo Geral de Estudos, com base na Resolução 48/82, incluíram-se as disciplinas comuns a todos os cursos da UFMA, a saber: Língua Portuguesa, Métodos e Técnicas de Estudo e Pesquisa Bibliográfica, Metodologia Científica, Filosofia, Sociologia, Antropologia, além da obrigatoriedade de monografia para a conclusão de curso.

A partir de 1984, tem início, então, outro momento da experiência do Curso de Comunicação Social da UFMA. A resolução nº 02/84 do CFE, que fixou o currículo mínimo dos cursos de Comunicação Social, procurou atender às exigências impostas à época para a formação dos profissionais da área, como resultado de estudos feitos pela Comissão Especial

constituída por representantes de diversas categorias profissionais ligadas à comunicação, de empresas deste setor, bem como de escolas, professores e estudantes.

Com base na Resolução nº 02/84 do CFE e, considerando a Resolução nº 48/82 – CONSEPE, que disciplinou o 1º Ciclo Geral de Estudos e os demais dispositivos que regulamentam o ensino de graduação na UFMA, foi elaborada a proposta de reforma curricular do Curso de Comunicação Social. Tal proposta considerava estudos realizados quando do remanejamento e redistribuição da carga horária das disciplinas do Curso e conclusões do Seminário Interno sobre o currículo do Curso, realizado em agosto de 1984.

O currículo pleno do Curso de 14 Comunicação Social da UFMA teria a duração de 3.480 (três mil, quatrocentas e oitenta) horas/aula para cada habilitação, sendo 174 (cento e setenta e quatro) créditos para a habilitação Jornalismo e 184 (cento e oitenta e quatro) para a habilitação Relações Públicas, distribuídos em disciplinas do Tronco Comum (Nucleares, Eletivas, Complementares e de Legislação Específica) e disciplinas das habilitações (Nucleares, Eletivas e Complementares), além dos Projetos Experimentais.

O Currículo Pleno foi implantado para as turmas de 1985, atendendo à Resolução 02/84 – CFE, e adaptando-o para as turmas que ingressaram no semestre letivo 84.2. A sua implantação foi progressiva, paralelamente à desativação do currículo anterior. Em 1985, a opção pela habilitação passou a ser feita a partir do 3º período.

Outros acréscimos significativos foram a opção pela habilitação desde o vestibular, a partir de 1990, e a ampliação de vagas no curso, desde 1992, compreendendo 15 para a habilitação Relações Públicas.

É fruto da reforma de 1984 a instalação de laboratórios, cujos equipamentos específicos vinham descritos no Parecer nº 480/83-CFE. O curso atendia, naquela época, a algumas exigências do parecer, ao montar os laboratórios de Redação, de Fotografia, de Radiojornalismo, de Planejamento Gráfico e de Jornal Laboratório. Fazia-se necessária, entretanto, a aquisição de equipamentos e espaço físico para a instalação dos outros laboratórios, no prazo exigido de três anos, a partir da implantação do novo currículo.

As demais condições necessárias à implantação da reforma curricular referem-se a pessoal docente qualificado, à disponibilidade de pessoal técnico-administrativo e acervo bibliográfico compatível com as novas exigências do Curso.

A pesquisa e a extensão também têm despertado significativo interesse dos corpos docente e discente de Relações Públicas, o que tem ensejado a criação de vários projetos, uns já aprovados e outros em processo de execução. Desde 2003, o Curso tem se voltado para a orientação de trabalhos de iniciação científica, com apoio e incentivo de instituições como a

Sociedade Brasileira de Pesquisa para o Progresso da Ciência (SBPC) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e Desenvolvimento Científico do Maranhão (FAPEMA), em decorrência da formação do atual quadro docente.

Nesse aspecto, citam-se as seguintes produções: a publicação semestral da Revista Cambiassu (online); a participação dos docentes em eventos científicos nacionais e internacionais, como autores de trabalhos ou como pareceristas de entidades nacionais de pesquisa (SBPJor, ABRACORP, INTERCOM, Rede ALCAR) e na qualidade de membros de conselho consultivo de publicações científicas (Caligrama e Cambiassu); vinculação a outros núcleos de pesquisa de universidades nacionais; publicação de livros e artigos em revistas nacionais e internacionais. Estas são algumas das realizações que demonstram melhorias significativas de desempenho do quadro docente do Curso. Além disso, o Departamento tem dado os primeiros passos também em direção às atividades de extensão universitária.

3.1.2 Ementa Da Disciplina E Bibliografia

A disciplina de RPI é ofertada no 7º semestre do curso de graduação, sob a ementa: “A globalização como fenômeno e sua influência na gestão comunicacional das organizações. Análise dos contextos econômicos, políticos, sociais e culturais. Estudos comparativos da comunicação em contextos internacionais. Interculturalidade e multiculturalidade nas organizações.” Tendo como objetivo analisar contextos econômicos, políticos, sociais e culturais. Estudos comparativos da comunicação em contextos internacionais. Interculturalidade e multiculturalidade nas organizações. Para isso, a universidade conta com as seguintes obras em sua bibliografia:

Quadro 2 - Bibliografia UFMA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA
BARBOSA, Livia (Org.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros . São Paulo: Atlas, 2009.
GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos . 2. ed. rev. e ampl. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação . São Paulo: Paulus, 2006
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
FINURAS, Paulo. Gestão intercultural . 2. ed. Lisboa: Ed. Silabo, 2007
FLEURY, Alfonso; FLEURY, Maria Tereza L. (Coord.). Internacionalização e os países emergentes . São Paulo: Atlas, 2007.

MOTTA, Fernando P.; CALDAS, Miguel P. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas: 1997.

OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (Org.) **Multinacionais brasileiras**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROCHA, Angela da (Org.). **As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.

Fonte: Elaborado pela Autora

3.2 UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (Unesp)⁵

A Universidade Estadual Paulista (Unesp), foi fundada em 1976, resultando na incorporação de Institutos Isolados de Ensino Superior do Estado de São Paulo, então unidades universitárias situadas em diferentes pontos do interior paulista. Abrangendo diversas áreas do conhecimento, tais unidades haviam sido criadas, em sua maior parte, em fins dos anos 50 e inícios dos anos 60.

Entre essas escolas que vieram compor a Unesp, pode-se observar, de um lado, uma certa identidade. Um grupo bastante expressivo, formado por sete unidades universitárias, num conjunto de 14, ocupando amplo espaço, constituído pelas chamadas Faculdades de Filosofia, voltadas preferencialmente para a formação de professores que deveriam compor os quadros das escolas secundárias do Estado. Desse conjunto fizeram parte a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Assis, a de Araraquara, de Franca, de Marília, de Presidente Prudente, de Rio Claro e de São José do Rio Preto.

Outros Institutos Isolados foram criados com a finalidade de formação profissional como a Faculdade de Farmácia e Odontologia de Araraquara, a mais antiga de todas essas escolas, fundada em 1923 e incorporada ao patrimônio estadual em 1956. As outras foram as duas odontológicas, de Araçatuba e de São José dos Campos, a Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias de Jaboticabal, a de Engenharia de Guaratinguetá e a Medicina de Botucatu.

No entanto, essas escolas, pela própria formação e por uma qualificação precisa adotadas, foram marcadas por uma identidade entre a docência e a pesquisa na compreensão da necessidade da busca de um aprimoramento acadêmico. Associada a essa característica, essas escolas estavam fundamentadas no tripé que identifica a instituição acadêmica - a docência, a

⁵ Universidade Estadual Paulista - Disponível em: <https://www2.unesp.br/portal#!/sobre-a-unesp/historico/> . Acesso em: 24 de outubro de 2022.

pesquisa e a extensão de serviços à comunidade. Essas escolas, que foram pioneiras na implantação do ensino superior público de qualidade no interior do Estado de São Paulo, estiveram, desde sua criação, sob a administração da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo.

Em 1969 foi instituída, na Secretaria da Educação, a Coordenadoria do Ensino Superior do Estado de São Paulo (Cesep), com a finalidade de gerir a administração daquelas escolas. Apesar da existência da Cesep, essa administração sofria muitas críticas, dado o volume de atribuições acumuladas naquela Secretaria, encarregada de toda matéria relativa ao ensino, desde a educação primária até o nível superior.

Essas dificuldades eram registradas, principalmente, no interior do Conselho Estadual de Educação, que passou a estudar a busca de uma solução. Por outro lado, os Institutos Isolados sentiam a necessidade da adoção de uma política que os aproximasse e desse a eles uma identidade própria.

Desde o início de 1975, as discussões a respeito de uma nova forma de organização para os Institutos Isolados ocorreram na Cesep e contaram com a colaboração dos diretores daquelas faculdades. Foram apresentadas várias sugestões, visando o desligamento dos Institutos Isolados da esfera de ação da Secretaria da Educação e sua organização sob novas bases. As ideias giraram em torno da integração dos Institutos Isolados numa Federação ou numa Universidade, sendo que esta última proposta foi a que contou com a aprovação.

E, foi em 1976, por determinação do então governador Paulo Egydio Martins, e de comum acordo com o Secretário da Educação, essas escolas deixaram o Cesep para assumir uma direção própria, na forma Universidade, uma autarquia submetida ao governo do Estado de São Paulo. De conformidade com a Lei 952 de 30 de janeiro de 1976, foi criada a Universidade Estadual Paulista que recebeu do governador o nome de "Júlio de Mesquita Filho", da qual passavam a fazer parte os Institutos Isolados.

A sede da Universidade estaria provisoriamente em Ilha Solteira, onde foi criada uma Faculdade de Engenharia, no local das antigas dependências da Cesp. De conformidade com seu Estatuto, aprovado em 1977, a Unesp era constituída por 14 campus e sua sede ficaria em São Paulo, de acordo com as disposições transitórias, enquanto não houvesse em Ilha Solteira as condições necessárias para o funcionamento da Reitoria.

A nova universidade deveria ser anexada, na forma de autarquia, o Centro de Educação Tecnológica "Paula Sousa". Da mesma forma, a Faculdade de Música Maestro Julião funcionaria como autarquia, agregada à Unesp, até seu pleno reconhecimento, quando então passaria a ser integrada à Universidade, funcionando em São Bernardo do Campo.

Assim criada, a Unesp teve como primeiro reitor o Professor Luiz Ferreira Martins, que havia sido coordenador da Cesep até esse momento. Em seus primeiros meses de funcionamento a Unesp se deparou com uma série de dificuldades resultantes dos ajustes propostos por uma estrutura excessivamente centralizada e burocratizada. A nova forma de administração havia adotado uma postura inflexível e excludente da participação da comunidade universitária, o que não agradou a muitas unidades, havendo várias manifestações de descontentamento.

Durante os anos 80, a Unesp passou por algumas modificações que ficaram registradas em seu novo Estatuto, assinado em 1989. As expectativas da mudança consistem na possibilidade de transformar a Unesp em uma universidade essencialmente democrática na qual seus integrantes tivessem poder de decisão. No mesmo momento que no Brasil levantava-se a bandeira das diretas-já, a UNESP havia iniciado a campanha pela adoção de formas mais democráticas de gestão. Também se abria a possibilidade da integração de um universo maior de interessados.

A democratização e expansão foram as bandeiras defendidas pela universidade na passagem dos anos 80 para 90. Ainda durante esse período a Universidade esteve à procura da formação de uma identidade que pudesse superar sua marca de origem, a excessiva fragmentação. Esta procura significou uma aproximação cada vez maior da Universidade com o interior do Estado de São Paulo, ao atender aos insistentes apelos das comunidades do interior, quer pela incorporação de novos espaços, como no caso da Universidade de Bauru (1987), do Imespp (1989), ou ainda, na busca de um aprimoramento da criação de novos cursos como no caso da incorporação do IFT (1987).

Visando uma dinamização da pesquisa e uma maior integração entre os vários núcleos de pesquisadores, a Unesp incentivou o desenvolvimento de um plano de criação de unidades auxiliares, unidades complementares e centro Inter unidades. Propunha, ainda, o desenvolvimento de museus com atividades coletivas e a criação de um projeto de integração e desenvolvimento das bibliotecas.

Com a finalidade de otimizar sua administração, o estatuto de 1989 criou as pró-reitorias, distribuindo, dessa forma, as várias atribuições de administração da Reitoria, bem como assessorias especiais para uma maior divulgação da universidade em vários setores. Outras inovações vieram contribuir para uma ação mais completa da Universidade, com a criação da Fundunesp (1987) e de uma Editora (1987), transformada posteriormente em Fundação. Também foi criado o Jornal da Unesp e houve o desenvolvimento de um plano de informatização.

Durante toda a década de 1990, a Unesp ampliou seu raio de atuação, sobretudo na forma de aumento da oferta de vagas. Mas em 2003, atendendo a numerosas solicitações e de acordo com a política do governo estadual de promover maior incremento do ensino superior público, a Unesp se expande em várias direções com a criação das então chamadas Unidades Diferenciadas, posteriormente denominadas Campus Experimentais (2006), localizadas em Dracena, Itapeva, Ourinhos, Registro, Rosana, São Vicente, Sorocaba e Tupã. Em 2012 foi criado o Campus de São João da Boa Vista, também na condição de Campus Experimental, na esteira do Programa de Expansão da Graduação promovido pelo Governo Estadual. Na ocasião, a Unesp criou onze novos cursos de Engenharia, com implantação escalonada ao longo dos anos de 2013, 2014 e 2015. Em 2021, os últimos cinco Campus Experimentais (Itapeva, Ourinhos, Registro, Rosana e São João da Boa Vista) foram completamente consolidados, finalizando um processo de 20 anos do último ciclo de expansão da Unesp.

Figura 4- Entrada Unesp



Fonte: <https://promemorias.wordpress.com/memorias-da-comunicacao-na-faac-unesp/>

3.2.1 FAAC - Faculdade De Arquitetura, Artes, Comunicação E Design

A Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design tem suas raízes no curso de Desenho e Plástica, pertencente à antiga Faculdade de Ciências da Fundação Educacional de Bauru. A Fundação Educacional de Bauru foi criada pela Lei Municipal no. 1.276 de 26 de dezembro de 1966, tendo seu estatuto aprovado pelo Decreto Municipal no. 1932 de 09 de julho de 1973. A Fundação evoluiu de uma Faculdade de Engenharia, com um único curso de

Engenharia Mecânica, para um complexo de quatro Faculdades e um Colégio Técnico Industrial.

As Faculdades e o Colégio Técnico foram transformados em 16 de agosto de 1985, através do decreto Municipal no. 4.497 e parecer do Conselho Estadual de Educação no. 951, de 02 de julho de 1985, na Universidade de Bauru. Em 04 de novembro de 1986, o Ministério da Educação, através da Portaria no. 774, reconheceu a Universidade de Bauru.

No dia 15 de agosto de 1988, após aprovação pelo Conselho Universitário da UNESP, o Governo do Estado de São Paulo, por meio do decreto no. 28.682, incorporou a Universidade de Bauru à Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", com a seguinte estrutura acadêmica: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Faculdade de Ciências e Faculdade de Engenharia e Tecnologia.

O curso de Desenho e Plástica, mantido inicialmente pela Faculdade de Ciências, como visto anteriormente, iniciou-se em 1969 e foi mantido até o ano de 1973. No ano de 1974, tiveram início os cursos de Comunicação Social, Educação Artística e Artes Plásticas Habilitação em Artes Industriais, sendo este último mantido até o ano de 1976.

Já em 1975, instalou-se as Habilitações em Artes Plásticas, e Desenho do Curso de Educação Artística, sendo que a Habilitação em Desenho foi mantida até o ano de 1976. Além disso, foram instalados neste mesmo ano os cursos de bacharelado em Desenho Industrial e Comunicação Visual.

O curso de Comunicação Social foi autorizado a converter-se em curso de Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, conforme Portaria MEC no. 031 de 12 de janeiro de 1981, sendo que a primeira turma teve início no ano de 1982. Em 1984 teve início o curso de Arquitetura e Urbanismo. Em 1985, teve início a Habilitação em Jornalismo do curso de Comunicação Social.

Todos os cursos citados anteriormente faziam parte da estrutura acadêmica da Faculdade de Artes e Comunicações da Fundação Educacional de Bauru, exceto o curso de Desenho e Plástica que foi iniciado pela Faculdade de Ciências. No ano de 1988, já Universidade de Bauru, começou a vigorar as Habilitações em Projeto de Produto e Programação Visual, conforme Resolução CFE no. 02 de 16 de junho de 1987, antes denominados cursos de Desenho Industrial e Comunicação Visual, respectivamente.

Em 15 de agosto de 1988, após aprovação do Conselho Universitário da UNESP, o Governo do Estado de São Paulo, através de decreto no. 28.682, incorporou a Universidade de Bauru, à Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", tendo como uma de suas

unidades a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. No ano de 1989, instalou-se a Habilitação em Radialismo (Rádio e TV), no curso de Comunicação Social.

Em 2021, a FAAC incorporou a área do Design em seu nome completo, passando a se chamar Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.

3.2.2 Curso De Relações Públicas Na Unesp

O Curso de Comunicação Social Polivalente começou a ser oferecido no ano de 1974, com três anos de duração, de acordo com a Resolução nº 11/69, do CFE/MEC. O Departamento de Técnicas de Comunicação foi criado em 1977, tornando-se responsável pelas atividades do curso de Comunicação Social Polivalente. A Portaria do MEC nº 031, de 12 de janeiro de 1981, autorizou a conversão do Curso de Comunicação Social Polivalente em Curso de Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, sendo o mesmo reconhecido pela Portaria MEC 72, de 17/02/1983.

No ano de 1984 foi autorizada a Habilitação em Jornalismo, através do Decreto 90.083, de 17/08/1984, sendo o mesmo reconhecido pela Portaria MEC 517, de 29/10/1987. A Habilitação em Radialismo foi iniciada no ano de 1989, sendo reconhecida mediante a Portaria MEC 192, de 07/03/1995. A renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social – Habilitações em Relações Públicas, Jornalismo, e Radialismo, se deu pela portaria CEE GP 102, de 26/02/2003.

Atualmente, o currículo do curso de Relações Públicas está totalmente alinhado com as atuais diretrizes curriculares nacionais da área de 2015, as quais estabelecem uma formação em eixos e núcleos temáticos da área da comunicação, sociedade, formação profissional e complementar/estágio obrigatório.

3.2.3 Ementa Da Disciplina E Bibliografia

A disciplina é ofertada no 8º semestre do curso de graduação, abordando os seguintes tópicos segundo a ementa: Fenômenos da globalização e mundialização; Perfil do setor de Relações Públicas nos diversos países. Perspectivas de cooperação empresarial e condições do exercício profissional; Projetos de integração comercial; os mercados comuns; Diplomacia e Relações Internacionais e Marca país. Os objetivos da disciplina são: Estudar e relacionar as variáveis culturais, éticas e comunicacionais que interferem na gestão de relacionamentos organizacionais em algumas regiões do mundo e que influenciam o exercício profissional de

Relações Públicas e Conhecer as dinâmicas pautadas pelo fenômeno da globalização e mundialização que interferem na formação de mercados comuns, acordos de cooperação entre organizações dos três setores e integração comercial internacional. A seguir, o conteúdo apresentado na disciplina:

1. Apresentar o panorama mundial da profissão, suas especificidades em diversas regiões do mundo;
2. Relacionar os fenômenos da globalização e mundialização com a dinâmica de relacionamentos globais intensificados nesse cenário;
3. Estudar as perspectivas de cooperação organizacional e integração comercial internacional;
4. Estudar os mercados comuns e as variáveis culturais que incidem na dinâmica de gestão de relacionamentos;
5. Conhecer e estudar alguns princípios da Diplomacia e Relações Internacionais que interferem na dinâmica das Relações Públicas Internacionais;
6. Dinamizar os princípios da Marca-país.
7. Discutir o código internacional de ética em Relações Públicas

Como observado, o conteúdo programático da disciplina aborda temas como: apresentação do panorama mundial de RP e suas especificidades pelo mundo, a relação entre globalização e mundialização e suas dinâmicas de relacionamento, perspectivas internacionais de cooperação e integração comercial, mercados comuns e suas culturas que incidem nos relacionamentos, princípios de Relações Internacionais que interferem nas Relações Públicas, dinamização dos princípios de Marca-País e o código de ética internacional das Relações Públicas, tudo isso pautado nas seguintes obras bibliográficas:

Quadro 3- Bibliografia Unesp⁶

BIBLIOGRAFIA
BERGER, Bruce K. Power Over, Power With, and Power to Relations: Critical Reflections on Public Relations, the Dominant Coalition, and Activism. Journal of Public Relations Research. 17:1, 5-28, 2005.
CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
CÓDIGO DE ÉTICA INTERNACIONAL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS. FERRARI, Maria Ap. A prática das Relações Públicas Internacionais na sociedade contemporânea. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 12 n.12, p. 15-29, jan/dez. 2008.
GODOI, Elena; RIBEIRO, Anely. Visão da polidez linguística na comunicação organizacional em situação de crise. Revista ALAIC, 2011.
ANNI, Octavio. Teorias da Globalização. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.
NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. Teoria das relações internacionais: correntes e debates. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.
SILVA, Vagner Carvalho. As Relações Públicas Internacionais nos currículos de Relações Públicas: a abordagem do Rio Grande do Sul. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), Portugal, 2012. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-wagner-internacional.pdf

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)⁷

A Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) foi fundada em 1960, pela Lei n. 3.834-C, idealizada pelo Prof. Dr. José Mariano da Rocha Filho. a UFSM foi inicialmente denominada de Universidade de Santa Maria. A solenidade de criação da Universidade de Santa Maria ocorreu em Goiânia, na sacada do Palácio das Esmeraldas, em 18 de dezembro de 1960. Já a cerimônia de instalação da Universidade em Santa Maria ocorreu em 18 de março de 1961.

⁶ Não nos foi informado a distinção de bibliografia básica e complementar

⁷Universidade Federal de Santa Maria - Disponível em: <https://www.ufsm.br/historia/> . Acesso em: 24 de outubro de 2022.

A Universidade Federal de Santa Maria foi a primeira universidade federal criada no interior, fora de uma capital brasileira. Esse fato representou um marco importante no processo de interiorização do ensino universitário público no Brasil e tornou o Rio Grande do Sul o primeiro Estado da Federação a contar com duas universidades federais.

A regulamentação das suas atividades está ancorada na Lei N. 9.394, Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional, de 20 de dezembro de 1996; pelo Estatuto, aprovado pela Portaria/MEC N. 156, de 12 de março de 2014 e pelo Regimento Geral, aprovado na 722ª Sessão do Conselho Universitário, pelo Parecer N. 031/2011, de 15 de abril de 2011, e Resolução N. 06, de 28 de abril de 2011, publicado no Diário Oficial da União, Seção 1, N. 151, de 8 de agosto de 2014.

Ao iniciar suas atividades, em 1960, contava com a Faculdade de Farmácia, de Medicina, de Odontologia e o Instituto Eletrotécnico do Centro Politécnico. Em 1962, o Estatuto da USM instituiu os seguintes órgãos: Administração Universitária, composta de Assembleia Universitária, Conselho Universitário e Reitoria; oito Faculdades Federais (Farmácia, Medicina, Odontologia, Politécnica, Agronomia, Veterinária, Belas Artes e Filosofia, Ciências e Letras); e vinte Institutos (Física, Matemática, Química, Anatomia, Fisiologia, Patologia, Farmacologia, Ciências Naturais, Pesquisas Bioquímicas, Parasitologia e Micologia, Microbiologia e Imunologia, Medicina Preventiva, Histologia, Embriologia e Genética, Zootecnia, Mecânica, Tecnologia, Solos e Cultura, Fala e Nutrologia e Bromatologia).

A Universidade foi federalizada pela Lei n. 4.759, de 20 de agosto de 1965, e passou a denominar-se, então, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). O Parecer n. 465/71/CFE aprovou o Estatuto UFSM/1970, que reestruturou a UFSM, com a criação dos seguintes órgãos na sua estrutura superior: o Conselho de Ensino e Pesquisa, o Conselho de Curadores e a Reitoria; e na sua estrutura intermediária: as Faculdades e Institutos foram substituídos por oito Unidades de Ensino, sendo uma de Estudos Básicos e sete de Formação Profissional. Na sua estrutura inferior, foram criados os Departamentos Didáticos.

Fundado em 1970, o Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM) representa uma referência em saúde para a região centro do Rio Grande do Sul. Atua como hospital-escola, com sua atenção voltada para o desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da assistência em saúde. É referência regional para pronto socorro e gestação de alto risco para uma abrangência de 43 municípios e população de mais de um milhão de habitantes. Na unidade de pronto socorro são atendidas em média 2.304 pessoas/mês (Fonte: Relatório de Estatística – Jan. a Dez/2015 – HUSM e Serviço de Estatística do HUSM, em 09/05/2016).

No Estatuto UFSM/1978, foi realizada uma nova reestruturação nos Centros de Ensino, criando, transformando ou alterando a denominação das oito Unidades de Ensino para Centros e criando as Pró-reitorias e Subunidades.

A Instituição incorporou o Ensino a Distância (EaD) no ano de 2004. A aprovação ocorreu na 632ª Sessão do Conselho Universitário, de 23 de janeiro de 2004. A regulamentação foi feita pela Resolução n. 002/2004, de 30 de janeiro de 2004, e pela Portaria n. 4.208, de 17 de dezembro de 2004, do Ministério da Educação. O credenciamento para atuar nessa modalidade de ensino deu-se pela implementação do Curso de Graduação em Educação Especial (licenciatura) e do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Educação Especial – Audiocomunicação e Deficientes Mentais.

Em 13 de janeiro de 2005 foi realizada a Audiência Pública que confirmou a instalação de uma extensão da UFSM em Palmeira das Missões e Frederico Westphalen. Após 2 anos, em julho de 2007 ocorreu a inauguração oficial da CESNORS, nome dado às duas extensões da UFSM na região Norte do Rio Grande do Sul. Em Frederico Westphalen, inauguraram os cursos de Agronomia, Engenharia Ambiental e Jornalismo, enquanto Palmeira das Missões inaugurou os cursos de Enfermagem, Administração e Zootecnia. Já no início de 2016, ocorreu a separação estrutural das unidades.

No Estatuto de 2010, a UFSM estabeleceu em sua constituição dez Unidades Universitárias: Centro de Artes e Letras, Centro de Ciências Naturais e Exatas, Centro de Ciências Rurais, Centro de Ciências da Saúde, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Centro de Educação, Centro de Educação Física e Desportos, Centro de Educação Superior Norte-RS, Centro de Tecnologia e Unidade Descentralizada de Educação Superior de Silveira Martins-RS.

Em 2011, com o desejo da população de Cachoeira do Sul de possuir uma Universidade pública com ensino de qualidade, foi criada a Comissão Comunitária Pré-implantação do Campus da UFSM para Cachoeira do Sul (instituída pelo Decreto nº 057/2011). Ela foi responsável pelo movimento conhecido como “Vem, UFSM”, que organizou uma manifestação de mais de 3 mil pessoas apoiando a implementação da Instituição na cidade. Ainda no mesmo ano, a presidenta da República Dilma Rousseff anunciou a criação do Campus da UFSM em Cachoeira do Sul (UFSM-CS), através do programa Reuni (Reestruturação e Expansão das Universidades Federais). Em 19 de dezembro de 2013, através da Resolução nº038/2013 do Conselho Superior da instituição (Consu) o Campus UFSM-CS foi oficializado.

Figura 5 - Entrada UFSM

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.1 UFSM Campus Frederico Westphalen (UFSM/FW)

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento da região Norte do Rio Grande do Sul, em 13 de janeiro de 2005, foi realizada uma Audiência Pública para tornar possível a instalação de uma extensão da UFSM em Frederico Westphalen. Com a confirmação da vinda de uma universidade pública para a região, foi dado início ao projeto de instalação do Campus.

Em dezembro de 2005, o então presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva assinava um contrato que estabelecia um convênio entre o Governo Federal e a UFSM, que permitia o repasse de recursos da União para o início das obras. Posteriormente, em março de 2006, foram abertas as inscrições para o primeiro vestibular do Campus em Frederico Westphalen e, também, do Campus em Palmeira das Missões. Já em julho de 2007, ocorreu a inauguração oficial dos primeiros prédios da UFSM na região Norte do Rio Grande do Sul.

Próximo de completar dez anos de história, ocorreu a separação estrutural da unidade CESNORS/UFSM no início de 2016. O Campus da Universidade Federal de Santa Maria em Frederico Westphalen, ao longo de sua trajetória, trouxe mudanças e vem contribuindo para o desenvolvimento econômico, cultural, social e científico da região. Além disso, também é responsável por gerar empregos para centenas de pessoas e qualificar muitas outras, já que contribui profissionalmente para as empresas do estado e do país. Isso ocorre em razão de seus servidores e acadêmicos, que, desde o princípio, unem forças para tornar o Campus um dos melhores em qualidade de ensino, pesquisa e extensão.

Atualmente, o Campus conta com seis cursos de graduação e dois de pós-graduação. A unidade da UFSM, em Frederico Westphalen, tem orgulho em ver o reconhecimento desse esforço com o resultado das pesquisas do Ministério da Educação (MEC), em que os cursos do

Campus receberam conceito máximo, e das avaliações do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), em que a UFSM está entre as 16 melhores do Brasil.

Além disso, de 2006 até final de 2015, os Campi em Frederico Westphalen e em Palmeira das Missões contavam com o diretor Genésio Mario da Rosa e o vice-diretor Rafael Lazzari na direção. A partir de 2016, a UFSM de Frederico Westphalen passou a ter uma nova direção pro tempore, com o diretor Braulio Otomar Caron e com a vice-diretora Lana D'Ávila Campanella. A partir de 12 de julho de 2016, uma nova direção foi eleita e esteve na gestão por um período de 4 anos, composta pelo Diretor Prof. Dr. Arci Dirceu Wastowski e pelo Vice-Diretor Prof. Dr. Igor Senger.

Em setembro de 2020, a consulta à comunidade acadêmica elegeu o Prof. Dr. Braulio Otomar Caron e a Prof. Dra. Eliane Pereira dos Santos para os cargos de Diretor e Vice-Diretora, respectivamente, para o período de 2020 a 2024.

3.3.2 Curso De Relações Públicas Na UFSM/FW

Criado em 2008 como Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações Públicas – Ênfase em Multimídia, com a adesão da UFSM ao Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), o Curso, a partir de então, cumpriu com o programa de ampliar o acesso e a permanência na educação superior, mas, também, reforçou o ensino superior das Ciências Sociais Aplicadas na região, em parceria com o Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, existente no CESNORS desde 2006. Deste modo, o Curso propicia condições para um maior desenvolvimento econômico e social no Norte do Estado e acentua, conseqüentemente, o processo de transformação cultural nessa região, o que traz grande proveito para a melhoria da qualidade de vida de sua comunidade.

Para adaptar-se à realidade regional, o Curso de Relações Públicas – Bacharelado estrutura-se a partir de componentes curriculares que visam a uma plena formação dos profissionais Relações Públicas, com especial atenção para a comunicação organizacional, o planejamento e a gestão estratégica da comunicação, o relacionamento com os públicos e com as mídias e as Relações Públicas governamentais, no terceiro setor e internacionais. Ocupa-se, também, de questões importantes para além do contexto local e regional, como os temas socioambientais em Relações Públicas, com destaque para a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável, as ações afirmativas e inclusivas, o desenvolvimento de projetos sociais e culturais e o empreendedorismo.

Com o objetivo de propiciar conhecimentos teóricos e metodológicos de Comunicação, relacionando-os com as especificidades teóricas e práticas das Relações Públicas, o curso tem uma proposta pedagógica de envolvimento do aluno em práticas de ensino, pesquisa e extensão que possibilitem a formação de profissionais de Relações Públicas para a pesquisa, o planejamento, a execução de atividades, o desenvolvimento de instrumentos de comunicação e de programas de avaliação, capazes de estabelecer a compreensão mútua e promover a integração entre as organizações e seus públicos; a atuação dos profissionais na área de comunicação de organizações públicas, privadas e do terceiro setor, quer como gestores ou como facilitadores do processo de comunicação organizacional; desenvolvimento, a implantação, o acompanhamento e a avaliação de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e de relacionamento com os públicos das organizações; o desenvolvimento de pesquisas e análises, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação; constituir-se, também, como empreendedor em diversos segmentos na área de Comunicação.

O Curso propõe uma formação generalista condizente com as demandas sociais das organizações, com a vocação regional da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com a inserção e o desenvolvimento regional e local, por meio e a partir do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul (CESNORS), e com a preocupação de acompanhar e discutir os temas e as tendências globais da área de Relações Públicas. Desta forma se preocupa com: a formação humanística, crítica e ética; multidisciplinar, a compreensão da natureza das linguagens e dos fenômenos culturais envolvidos nos sistemas contemporâneos de comunicação e, em particular, no processo de comunicação das organizações com seus públicos; o entendimento do papel dos sistemas e processos de comunicação na contemporaneidade, bem como da evolução histórica destes e suas relações com a cultura, a política e a economia; o desenvolvimento de habilidades específicas para o uso de tecnologias de comunicação e informação, especificamente na sua adequação às linguagens de cada mídia e na convergência; o estímulo à capacidade de refletir criticamente sobre a mídia e a sociedade; o investimento na formação sociocultural e política do aluno, com a expectativa de que este venha a aplicar os referidos conhecimentos quando da atividade profissional; a valorização dos aspectos sociais, culturais e relacionais na interação com os públicos, na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional.

3.3.3 Ementa Da Disciplina E Bibliografia

A disciplina de Relações Públicas Internacionais é ofertada no 5º semestre do curso na UFSM-FW. Tem como objetivo refletir sobre o papel da cultura na gestão dos negócios em diferentes países e regiões. Reconhecer o papel e as práticas das Relações Públicas Internacionais em contextos internacionais e interculturais. Conhecer os pressupostos teóricos das Relações Públicas Internacionais nas perspectivas internacional e nacional. Refletir sobre a prática das Relações Públicas em diferentes países e regiões. A seguir será apresentado a ementa da disciplina.

UNIDADE 1 - GLOBALIZAÇÃO, CULTURA E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

- 1.1 - A atuação das Relações Públicas Internacionais no contexto da globalização.
- 1.2 - Relação entre aspectos culturais nacionais e regionais e cultura organizacional.
- 1.3 - Cultura nacional/regional, cultura organizacional e suas interlocuções com a comunicação.
- 1.4 - A prática das Relações Públicas em contextos internacionais e interculturais.

UNIDADE 2 - PRESSUPOSTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

- 2.1 - Pressupostos teóricos das Relações Públicas Internacionais na perspectiva internacional.
- 2.2 - Pressupostos teóricos das Relações Públicas Internacionais na perspectiva nacional.

UNIDADE 3 - RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

- 3.1 - Semelhanças e diferenças entre a prática das Relações Públicas em diferentes países e regiões.
- 3.2 - Problemas e princípios na prática das Relações Públicas em diferentes países e regiões.

Como observado, a disciplina está dividida em três unidades, onde cada uma delas propõe tópicos como globalização, cultura e Relações Públicas internacionais, os pressupostos teóricos das Relações Públicas Internacionais e o estudo das Relações Públicas internacionais em si. Para isso a disciplina utiliza da seguinte bibliografia:

Quadro 4 - Bibliografia UFSM

BIBLIOGRAFIA BÁSICA
BARBOSA, Livia (Org.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros . São Paulo: Atlas, 2009.
CULBERTSON, Hugh M.; CHEN, Ni. International Public Relations: a comparative analysis . Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.
WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação . São Paulo: Paulus, 2006
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
ANDRADE, Cândido T. de S. Curso de Relações Públicas: relações com os diferentes públicos . 6. ed. São Paulo: Thomson, 2003.
CHANLAT, Jean-Francois (Coord.). O indivíduo na organização: dimensões esquecidas . 3. ed., 12. reimpr., v. I. São Paulo: Atlas, 2010.
CURTIN, Patricia A.; GAITHER, Thomas K. International Public Relations: negotiating culture, identity, and power . Thousand Oaks: Sage Publications, 2007.
GRUNIG, James; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos . São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009
HEATH, Robert L. (Ed.). Handbook of Public Relations . Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura . 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
PETTIGREW, Andrew; FLEURY, Maria T. L.; FISCHER, Rosa Maria (Coord.). Cultura e poder nas organizações . 2. ed., 12. reimpr. São Paulo: Atlas, 1996.

Fonte: Elaborado pela Autora

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo é apresentada a metodologia de pesquisa utilizada, juntamente com a apresentação dos dados coletados e sua respectiva análise, propiciando vincular os resultados empíricos à fundamentação teórica. Esse estudo é de caráter qualitativo realizado durante o período de junho de 2022 a junho de 2023, tendo como universo os cursos/habilitações de

Relações Públicas que possuem a disciplina Relações Públicas Internacionais ou similares em suas grades disciplinares.

Para construção dos capítulos iniciais que tratam sobre Relações Públicas Internacionais e sobre os cursos de Relações Públicas eleitos para análise, foram utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Já para o tratamento e categorização das obras que obtiveram maior incidência, optou-se pela Análise de Conteúdo de Bardin (1978) onde após categorizados, os dados são ordenados, tabulados e interpretados.

4.1 ETAPAS DA PESQUISA

A pesquisa de abordagem qualitativa teve como universo os cursos/habilitações de Relações Públicas que possuem a disciplina Relações Públicas Internacionais ou similares em suas grades disciplinares. Optou-se pela Análise de Conteúdo de Bardin (1978) para estabelecer critérios acerca da matriz teórica de RPI, como forma de avaliar as obras com maior incidência utilizadas pelos cursos de Relações Públicas e assim entender se estão de fato preparando os futuros egressos para o mercado. Para fundamentação teórica foram utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental.

Para Bardin (1978) a análise de conteúdo é um agrupamento de instrumentos metodológicos que estão em constante melhoria, aplicados a diferentes discursos. A autora também traz a diferença da análise de conteúdo em pesquisas qualitativas e quantitativas, onde nas pesquisas qualitativas o referencial teórico era a presença ou não de características de algo, enquanto que na quantitativa o referencial era a constância com que certos dados apareciam.

Bardin (1978) também define alguns critérios de organização de uma análise: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, onde o tratamento dos resultados compreende a codificação e a inferência. Para este estudo, foram utilizados os seguintes critérios: 1º Escolhas das universidades se deu a partir do ranking de 2021 do “Guia do estudante” elegendo as cinco melhores universidades, uma em cada região geográfica Brasileira; 2º Existência de uma disciplina de Relações Públicas Internacionais ou similar na grade curricular da universidade, não havendo a disciplina, a universidade seria descartada do estudo; 3º Análise do referencial teórico da disciplina; 4º Classificação das obras com maior incidência para serem analisadas.

O corpus de análise restou em três Cursos de Relações Públicas – selecionados a partir do ranking 2021 “Guia da Faculdade” realizado pelo Estadão e Quero Bolsa - pertencentes as instituições: UFMA, Unesp e UFSM uma vez que as instituições UFAM e UFG não possuem

na grade curricular do curso de Relações Públicas a disciplina Relações Públicas Internacionais ou similar. A partir da leitura da ementa dos três cursos, chegou-se a 24 obras. O próximo passo foi elencar o grau de incidência de cada obra por curso e perfazer o total, assim excluindo os índices abaixo de duas aparições (a amostra ficou reduzida em 3 obras).

Os passos cronológicos e sua posterior análise foram realizados do seguinte modo:

1 – Busca junto as Instituições de Ensino Superior brasileiras, as ementas com as referências bibliográficas das obras utilizadas na disciplina: “Relações Públicas Internacionais” ou de nome e teor similar;

2 – Tabulação e interpretação dos dados apreendidos, quantificando o grau de incidência da aparição das obras, por região;

3 – Leitura e transcrição de citações de acordo com os critérios estabelecidos pela Matriz de Análise;

4 – Seleção e categorização das citações;

5 – Análise e quantificação da frequência de aparição dos dados pela redução dos textos; e

6 – Comparação dos dados encontrados entre as obras dos três autores a fim de revelar se estão enquadradas nas ditas obras teóricas.

4.2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Do total de 24 obras que foram detectadas como utilizadas pelos três cursos de Relações Públicas deste estudo, o Quadro 5 abaixo, feito através da leitura da Tabela 1 (APÊNDICE A), apresenta o grau de incidência das obras que mais se destacaram por região na soma geral. Importante destacar que a escolha por averiguar obras básicas e complementares foi devido a Unesp não apresentar essa divisão em seu ementário. Desse modo, a mostra ficou reduzida a 3 (três) obras, que pontuaram um índice total de 2 (dois) com um empate técnico que perfaz 8,3% cada:

- BARBOSA, Livia (Org.). **Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros**. São Paulo: Atlas, 2009. – Obra utilizada pelos cursos da UFMA e da UFSM como obra básica.

- GRUNIG, James; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009. Obra utilizada pelos cursos da UFMA (obra básica) e da UFSM (obra complementar).

- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. – Obra utilizada pelos cursos da UFSM (obra básica) e da Unesp (sem informação, se básica ou complementar).

Quadro 5 – Obras mais utilizadas pelos Cursos de RP

OBRAS	UFMA	UFSM	UNESP
BARBOSA, Livia (Org.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros . São Paulo: Atlas, 2009.	1	1	-
GRUNIG, James; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos . São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.	1	1	-
ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura . 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.	-	1	1

Fonte: autora do trabalho

4.2.1 Matriz de Análise quanto aos enfoques das obras

A partir das leituras do capítulo 1, que trata sobre a matriz teórica de RPI, foram estabelecidos alguns critérios para análise à luz de Bardin (1978) como forma de verificar se as obras que estão sendo utilizadas pelos cursos de Relações Públicas mais conceituados do país, estão em consonância com os preceitos basilares de RPI.

As categorias foram construídas a partir das compreensões parciais em relação a cada uma das categorias de análise tendo como parâmetro, o entendimento do que seja RPI e seus preceitos básicos. O significado dos enunciados foi surgindo através da união de elementos semelhantes, tornando precisa a definição das categorias construídas que, conforme Bardin (1978) é conhecida como “caixas” – onde as categorias são subdivididas à medida que vão

sendo encontradas. Logo após, ocorre o processo de comparação quando se utiliza o método intuitivo para chegar a um conjunto de categorias.

Moraes (1999) ratifica a importância de produzir categorias por intuição que possibilita que o pesquisador tenha um contato intenso com os dados analisados relacionando-os aos fenômenos. O critério de exclusão “mútua” de Bardin (1978), consiste em colocar cada dado em apenas uma categoria diferente da visão de Moraes (1999) que busca a análise como um todo ao evitar o reducionismo. As categorias relativas aos enfoques foram concebidas mediante a leitura do capítulo que trata sobre RPI nesta pesquisa, a fim de verificar se as três obras utilizadas pelos cursos estão em consonância com os preceitos basilares de RPI.

Quadro 6 – Enfoques de RPI X obras selecionadas para análise

Enfoques	Barbosa	Grunig, Ferrari e França	Ortiz
Definições sobre RPI	-	X	-
Histórico da atividade de RPI	-	X	-
Modelos de Gestão	-	X	-
Fatores Contextuais	X	X	X
Fatores Situacionais	-	X	-
Competências do profissional de RP para atuar em âmbito internacional	-	X	-

Fonte: autora do trabalho

Com relação aos tópicos apresentados no quadro, a obra organizada por Barbosa (2009) aborda principalmente os fatores contextuais relacionados à vida organizacional em um mundo globalizado. Nessa obra, através de entrevistas com diversos executivos de organizações, é destacada a importância de os colaboradores compreenderem e lidarem efetivamente com as diferenças culturais presentes nesse contexto.

Barbosa (2009) fornece uma visão abrangente sobre a relevância das diferenças culturais para as organizações e como elas influenciam a vida no ambiente de trabalho. Ao destacar a importância das diferenças culturais na vida organizacional, a obra aborda questões como a comunicação intercultural, a visão dos brasileiros com relação aos outros e dos outros para com os brasileiros, no que tange o trabalho nas organizações. Esses tópicos são cruciais em um mundo cada vez mais interconectado, no qual as organizações buscam expandir suas

operações para diferentes países e lidar com uma força de trabalho diversa. Portanto, a obra organizada por Barbosa (2009) contribui para a conscientização dos colaboradores sobre a importância de compreender e respeitar as diferenças culturais no ambiente de trabalho globalizado.

A obra realizada por Grunig, Ferrari e França (2009), apresenta todos os tópicos abordados no quadro, onde temos uma parte escrita por Ferrari, dedicada inteiramente às Relações Públicas Internacionais. A parte escrita por Ferrari se divide em três grandes capítulos: “Os cenários turbulentos como oportunidade de mudança e de realinhamento de estratégias”, “Relações Públicas Internacionais: integrando os públicos” e “A prática das Relações Públicas no cenário brasileiro e latino-americano”.

No primeiro capítulo, Ferrari (2009, p.142) propõe que as organizações devem ser vistas como um ser vivo: “As organizações (assim como as pessoas) não interpretam o mundo tal como é, mas sim de acordo com o que o sistema cognitivo permite que seja filtrado da realidade”. Desta forma, esse conhecimento pode ser encontrado na cultura de um país, bem como nos processos e valores das organizações. Ademais propõe:

“As organizações como organismos e como culturas são analisadas com o intuito de mostrar como o contexto interfere na vida organizacional e vice-versa, e como a comunicação é um processo que participa ativamente do mecanismo de valores compartilhados.” (FERRARI, 2009, p. 142)

Isto posto, a autora cumpre o tópico “Fatores contextuais”, uma vez que entender os fatores socioculturais de um país é importante para as Relações Públicas Internacionais.

Ademais, a autora também traz uma contextualização histórica das Relações Públicas, relacionando-o com a globalização, e em seguida fazendo uma relação com as RPI.

Abordaremos agora, o capítulo intitulado “Relações Pública Internacionais: integrando os públicos”, neste capítulo a autora aborda algumas definições sobre RPI, como de Anderson, que em 1989 propôs que as RPI seriam como uma prática de programas de comunicação específicos de um mercado, com ações e estrutura para cada mercado. Também a definição de Wilcox, Cameron e Xifra (2008) que apontaram a atividade de RPI como uma prática planejada e organizada por uma empresa, organização ou governo para estabelecer relações de benefício mútuo com os públicos dos países.

Outrossim, Ferrari (2009) traz o modelo de gestão proposto por Vercic, Gruning e Grunig (1996) modelo de princípios gerais e aplicações específicas, apontando a relevância de entender os fenômenos organizacionais locais, recomendando que estratégias, técnicas e

práticas específicas de Relações Públicas sejam aplicadas em diferentes sistemas sociais. Com isso a autora aponta novamente a importância dos fatores contextuais e dos fatores situacionais para um bom desenvolvimento das ações de Relações Públicas Internacionais como: saber sobre o índice de desenvolvimento humano (IDH), sistema político, sistema econômico, cultura, idioma, existência de grupos de pressão, e o papel dos meios de comunicação do país onde a organização pretende se instalar.

Por fim, coloca que entender um pouco desses conceitos, fatores, histórico, deixam aptos os profissionais de Relações Públicas a atuarem no mercado internacional.

Com relação aos tópicos apresentados no quadro, a obra escrita por Ortiz (1994), aborda apenas o tópico de fatores contextuais, uma vez que nela o autor mostra a importância de saber e compreender o contexto social e cultural do país que a organização, empresa ou governo quer se relacionar. Ortiz (1994) também aponta em sua obra a relação da cultura, modernidade e o mundo, a possibilidade de uma cultura internacional-popular, os artífices mundiais de cultura e a cultura e a sociedade global.

5 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Com o intuito de acrescentar e difundir conhecimento para o acervo acadêmico de Relações Públicas, este trabalho surgiu a partir de uma vontade de saber mais sobre as teorias das Relações Públicas Internacionais. Quando cursei a disciplina de Relações Pública Internacionais, percebi que no referencial teórico da disciplina não havia materiais específicos de Relações Pública Internacionais, apenas coisas relacionadas a administração ou Relações Internacionais. Desta forma, fiquei curiosa para descobrir se em outras Universidades, a disciplina era ofertada da mesma forma, com os mesmos referenciais teóricos.

Tal inquietação, deu origem ao objetivo geral deste trabalho, o qual buscou analisar se as obras utilizadas na disciplina de Relações Públicas Internacionais pelos cursos de Relações Públicas no Brasil, estão em consonância com os preceitos básicos das RPI.

Partindo desse ponto, primeiramente, escolhi as Universidades a serem estudadas, onde inicialmente seria estudado cinco Universidade, uma por região geográfica do Brasil. Não havendo a disciplina de RPI ou similar em duas das cinco Universidades, o estudo se deu em apenas três universidades, localizadas na região Norte, Sudeste e Sul do Brasil. Depois de escolhida as Universidades, busquei o histórico das mesmas, bem como a bibliografia e demais informações apresentadas neste estudo. Para a obtenção dessas informações foi preciso entrar em contato com a coordenação dos cursos, uma vez que todas elas não estavam disponíveis nos portais das Universidades, foi preciso entrar em contato com eles algumas vezes para que obtivesse uma resposta. Obtendo todos os dados necessários, redigi o capítulo três do presente estudo.

A partir das bibliografias apresentadas das Universidades, foi-se feito uma tabela com todos os referenciais teóricos, a fim de descobrir se as Universidades tinham algum autor em comum, cheguei à conclusão de que das 24 obras listadas, apenas três se repetiam, mas nenhuma delas esteve presente nas três Universidades estudadas.

Tendo os referenciais teóricos e universidades prontas, parti para a redação do capítulo dois desse estudo onde foi apresentado as conceituações e modelos de Relações Públicas Internacionais, confesso que este foi o capítulo mais trabalhoso de ser escrito, uma vez que quase todo o material sobre Relações Públicas Internacionais que apresentavam esses conceitos estavam em outros idiomas e eram de difícil acesso, a questão do idioma não foi a parte mais complicada, mas sim adquiri-los, uma vez que, os artigos, livros e textos precisavam ser pagos para vê-los por completo. Busquei por algumas alternativas e consegui acessar o que precisava, depois de ler muito sobre as Relações Públicas Internacionais, redigi o capítulo.

Por último, li as obras selecionadas das Universidades e fiz a análise dessas obras selecionadas comparadas com os enfoques das Relações Públicas Internacionais. Cheguei à conclusão de que das três obras selecionadas, a única que tem um enfoque verdadeiro nas RPI, é a escrita por James Grunig, Maria Aparecida Ferrari e Fábio França, intitulado Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento de 2009, que está presente como referencial teórico na UFMA e UFSM, pois apresenta definições das RPI, histórico, modelos de gestão, fatores contextuais e situacionais, bem como competências necessárias para atuar em âmbito internacional. As outras duas obras de Lívia Barbosa e Renato Ortiz, focam na definição de cultura e sua importância.

Cabe ressaltar também que obras de outras áreas, como as ciências sociais, no caso deste estudo as obras de Lívia Barbosa e Renato Ortiz, são utilizadas como referencial teórico da disciplina de RPI, para dar conta dos conteúdos que devem ser abordados na disciplina, uma vez que não temos obras específicas da área de Relações Públicas que são capazes de explicar sobre esses tópicos.

Por fim, acredito que os estudos das Relações Públicas Internacionais devem ser incentivados, para que no futuro haja referenciais teóricos específicos brasileiros para ser utilizado nos cursos de Relações Públicas.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, C. T. S. **Curso de Relações Públicas: relações com os diferentes públicos**. 6ª edição: Thomson, 2003.
- BARBOSA, L. (Org.). **Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BARDHAN, N.; WEAVER, Kay C. **Public Relations in Global Cultural Contexts**. Routledge, New York, 2011.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1978.
- BASKIN, O. W., ARONOFF, C. E. **Public Relations: The Profession and the Practice**. McGraw-Hill Higher Education, 1992.
- BLACK, S. **Relaciones públicas internacionales y redes de telecomunicación**. In: **ABC de las relaciones públicas**. Barcelona: Gestión 2000, 1996.
- BOTAN, C. **International public relations: Critique and reformulation**. Public Relations Review, Volume 18, Issue 2, 1992.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução nº 2 CNE/CES 2/2013**. Brasília, DF: Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas. Disponível em: <https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/pdf/CNE_RES_CNECESN22013.pdf>. Acesso em: 10 de abril de 2023
- BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CES 16**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 13 de março de 2002. Assunto: Estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES162002.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2023
- CASMIR, F.A. **A Multicultural perspective on human communication**. In: F. CASMIR (Ed.) **Intercultural and international communication**. Washington, DC: University Press of America, 1978.
- CULBERTSON, H. M.; CHEN, N. **International Public Relations: A comparative Analysis**. Mahwah, New Jersey, 1996.
- CURTIN, P. A.; GAITHER, T.K. **International Public Relations: Negotiating Culture, identity and power**. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.; 2007. doi:10.4135/9781452224817.
- DU GAY, P., HALL, S., JAMES, L., MACKAY, H., & NEGUS, K. **Introduction. Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Sage Publications, 1997.
- EDWARDS, L. **Understanding Public Relations**. Sage: London, 2018.

FERRARI, M. A. **Novos aportes das Relações Públicas para o século XXI**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 53-65, 1o. sem. 2003.

FRANDSEN, F., JOHANSEN, W. **Public relations and the new institutionalism :In search of a theoretical framework**. Public Relations Inquiry, 2(2), 205-2241, 2013.

FREITAG, A.R. & STOKES, A.Q. (Edits.). **Global public relations: spanning borders, spanning cultures**. New York: Routledge, 2009.

GRUNIG, J. E. **Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations As a Strategic Management Function**. journal of public relations research, 18(2), 151–176, 2006.

_____. **A Função das Relações Públicas na Administração e sua Contribuição para a Efetividade Organizacional e Societal**. Comunicação & Sociedade, 24(39), 67-92. 2003

GRUNIG, J. E ;FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

GUIA DA FACULDADE. **Ranking das universidades**. Disponível em: <https://publicacoes.estadao.com.br/guia-da-faculdade-2022/?post_type=faculdades_2022&ano=2022&s=rela%C3%A7%C3%B5es+p%C3%ABlicas&tipo=pública&modalidade=&estado=&cidade=&classificacao=>>. Acesso em: 06 de outubro de 2022.

HALL, E.T. **Beyond Culture**. Anchor Books/Doubleday. 1976 Disponível em: https://monoskop.org/images/6/60/Hall_Edward_T_Beyond_Culture.pdf

HOFSTEDE, G. **Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions across Nations**(2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications, 1991

KENT, M. L., & TAYLOR, M. **Beyond Excellence: Extending the generic approach to international public relations: The case of Bosnia**. Public Relations Review, Volume 33, Issue 1, 2007. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.11.002>.

_____. **(Building dialogic relationships through the World Wide Web**. Public Relations Review, 24(3), 321–334, 1997. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80143-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80143-X).

LEGRAIN, M.; MAGAIN, D. (1992). **Relações com o Público**. São Paulo: Makr

L'ETANG, J. **Public Relation in Britain: A History of Professional Practice in Twentieth Century**. New York, 2004. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781410610812>

MCKIE, D.; MUNSHI, D. **Reconfiguring Public Relation: Ecology, Equity and Enterprise**. Londres, 2007. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203956632>

MORAES, R. **Análise de Conteúdo**. Educação (Porto Alegre), v.22, n.37, 1999.

MOURA, C. P. **Curso de Comunicação Social no Brasil: do Currículo Mínimo às novas Diretrizes Curriculares.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, abril de 2001.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura.** 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SITE UNESP. **Universidade Estadual Paulista.** Disponível em: <<https://www2.unesp.br/portal#!/sobre-a-unesp/historico/>>. Acesso em: 24 de outubro de 2022.

SITE UFSM. **Universidade Federal de Santa Maria.** Disponível em: <<https://www.ufsm.br/historia/>>. Acesso em: 24 de outubro de 2022.

SITE UFMA. **Universidade Federal do Maranhão.** Disponível em: <<https://portais.ufma.br/PortalUfma/p%C3%A1ginas/historico.jsf>>. Acesso em: 24 de outubro de 2022.

SRIRAMESH, K. and VERČIČ, D. **Introduction to this special section: The impact of Globalization on public relations.** Elsevier, 2007.

_____. **The Innovativeness-needs Paradox and Global Public Relations: Some Propositions on the Need for International Public Relations Subsidies.** Media Asia, 2004. Disponível em: <10.1080/01296612.2004.11726729>.

_____. **The Global Public Relations Handbook I.** New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2003.

_____. **International public relations: A framework for future research, Journal of Communication Management,** Vol. 6 No. 2. 2001. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/13632540210806973>>

TAYLOR, M. **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.

STUMPF, I. R. C. **Pesquisa bibliográfica.** In: Duarte, J. & Barros, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2017.

VALENTINI,C; KRUCKEBERG,D; STARCK, K **.Public Relations and Community: A Persistent Covenant.** 2012. Disponível em: <[10.1016/j.pubrev.2012.06.001](https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.06.001)>

VALENTINI, C. **Global versus cultural approaches in public relationship management: The case of the European Union.** Journal of Communication Management, 2007. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13632540710747352/full/html>>

VERCIC, D.; GRUNIG J., GRUNIG L. **Global and Specific Principles of Public Relations: Evidence from Slovenia.** In: Culbertson, H. M.; Chen, N. **International Public Relations: A comparative Analysis.** Mahwah, New Jersey, 1996.

WAKEFIELD, R. I. **Theory of Internationa Public Relations, the internet and activism: A personal Reflection** Journal of Public Relations Ressearch, 20:138–157, 2007. DOI: 10.1080/10627260701727069

_____. **Interdisciplinary Theoretical Foundations for the International Public Relations.** *In:* Culbertson, H. M.; Chen, N. **International Public Relations: A comparative Analysis.** Mahwah, New Jersey, 1996.

ZAHARNA, R.S. **“In-awareness” approach to international public relations.** *Public Relations Review*, 27: 135-148.2001

APÊNDICES

APÊNDICE A – TOTAL DE OBRAS UTILIZADAS PELOS CURSOS DE RP

AUTOR/ OBRA	TOTAL		Região Nordeste (UFMA)		Região Sul (UFMS)		Região Sudeste (Unesp)	
	VA	* VR	VA	VR	VA	VR	VA	VR
ANDRADE, Cândido T. de S. Curso de Relações Públicas: relações com os diferentes públicos. 6. ed. São Paulo: Thomson, 2003.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-
BARBOSA, Lúvia (Org.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre nós e os outros. São Paulo: Atlas, 2009.	2	8,3%	1	12,5%	1	10%	-	-
BERGER, Bruce K. Power Over, Power With, and Power to Relations: Critical Reflections on Public Relations, the Dominant Coalition, and Activism. Journal of Public Relations	1		-	-	-	-	1	11,1%

Research. 17:1, 5-28, 2005		4,2%						
CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.	1	4,2%	-	-	-		1	11,1%
CHANLAT, Jean-Francois (Coord.). O indivíduo na organização: dimensões esquecidas. 3. ed., 12. reimpr., v. I. São Paulo: Atlas, 2010.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-
CÓDIGO DE ÉTICA INTERNACIONAL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS. FERRARI, Maria Ap. A prática das Relações Públicas Internacionais na sociedade contemporânea. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%

Regional, Ano 12 n.12, p. 15-29, jan/dez. 2008.								
CULBERTSON, Hugh M.; CHEN, Ni. International Public Relations: a comparative analysis. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-
CURTIN, Patricia A.; GAITHER, Thomas K. International Public Relations: negotiating culture, identity, and power. Thousand Oaks: Sage Publications, 2007.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-
FERRARI, Maria A. Relações públicas contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamentos para a estratégia da comunicação. In: KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, p. 243-262, 2001.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-

FINURAS, Paulo. Gestão intercultural. 2. ed. Lisboa: Ed. Silabo, 2007.	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-
FLEURY, Alfonso; FLEURY, Maria Tereza L. (Coord.). Internacionalização e os países emergentes. São Paulo: Atlas, 2007.	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-
GODOI, Elena; RIBEIRO, Anely. Visão da polidez linguística na comunicação organizacional em situação de crise. Revista ALAIC, 2011.	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%
GRUNIG, James; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.	2	8,3%	1	12,5%	1	10%	-	-
HEATH, Robert L. (Ed.). Handbook of Public Relations. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-
IANNI, Octavio. Teorias da Globalização. 4ª ed.	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%

Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.								
MOTTA, Fernando P.; CALDAS, Miguel P. Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas: 1997.	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-
NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. Teoria das relações internacionais: correntes e debates. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%
OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (Org.) Multinacionais brasileiras. Porto Alegre: Bookman, 2010.	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-
ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2010.	2	8,3%	-	-	1	10%	1	11,1%
PETTIGREW, Andrew; FLEURY, Maria T. L.; FISCHER, Rosa Maria (Coord.). Cultura e poder nas organizações. 2. ed.,	1	4,2%	-	-	1	10%	-	-

12. reimpr. São Paulo: Atlas, 1996.								
ROCHA, Angela da (Org.). As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-
SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%
SILVA, Vagner Carvalho. As Relações Públicas Internacionais nos currículos de Relações Públicas: a abordagem do Rio Grande do Sul. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), Portugal, 2012. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-wagner-internacional.pdf	1	4,2%	-	-	-	-	1	11,1%
WOLTON, Dominique. É preciso salvar a	1	4,2%	1	12,5%	-	-	-	-

comunicação. São Paulo: Paulus, 2006.					
BASE	24	8	10	9	

*Grifado em azul, as três obras com maior grau de incidência

**Valor Absoluto (VA)

***Valor Relativo (VR)

ANEXOS

Anexo I - Resolução Curricular curso de Comunicação Social: Habilitação em Relações Públicas 2002

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESOLUÇÃO CNE/CES 16, DE 13 DE MARÇO DE 2002.^(*)

Estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações.

O Presidente Câmara de Educação Superior, no uso de suas atribuições legais e tendo em vista o disposto na Lei 9.131, de 25 de novembro de 1995, e ainda o Parecer CNE/CES 492/2001, homologado pelo Senhor Ministro de Estado da Educação em 9 de julho de 2001, e o Parecer CNE/CES 1.363/2001, homologado em 25 de janeiro de 2002, resolve:

Art. 1º As Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, integrantes dos Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, deverão orientar a formulação do projeto pedagógico do referido curso.

Art. 2º O projeto pedagógico de formação profissional na área de Comunicação Social e suas habilitações deverá explicitar:

- a) o perfil comum e os perfis específicos por habilitação;
- b) as competências e habilidades gerais e específicas por habilitação a serem desenvolvidas, durante o período de formação;
- c) os conteúdos básicos relacionados à parte comum e às diferentes habilitações e os conteúdos específicos escolhidos pela instituição para organizar seu currículo pleno;
- d) as características dos estágios;
- e) as atividades complementares e respectiva carga horária;
- f) a estrutura do curso;
- g) as formas de acompanhamento e avaliação da formação ministrada.

Art. 3º A carga horária do curso de Comunicação Social e respectivas habilitações deverá obedecer ao determinado em Resolução própria que normatiza a oferta de cursos de bacharelado.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

ARTHUR ROQUETE DE MACEDO
Presidente da Câmara de Educação Superior

^(*) CNE. Resolução CNE/CES 16/2002. Diário Oficial da União, Brasília, 9 de abril de 2002. Seção 1, p. 34.

Anexo II - Resolução curricular curso de Relações Públicas 2013

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESOLUÇÃO Nº 2, DE 27 DE SETEMBRO DE 2013 ^(*)

Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas.

O Presidente da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, no uso de suas atribuições legais, conferidas no art. 9º, § 2º, alínea “c”, da Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961, com a redação dada pela Lei nº 9.131, de 24 de novembro de 1995, tendo em vista as diretrizes e os princípios fixados pelos Pareceres CNE/CES nºs 583/2001 e 67/2003, e considerando o que consta do Parecer CNE/CES nº 85/2013, homologado por Despacho do Senhor Ministro de Estado da Educação, publicado no DOU de 12/9/2013, resolve:

Art. 1º A presente Resolução institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Públicas, bacharelado, que serão observadas pelas Instituições de Educação Superior (IES) em sua organização curricular.

Art. 2º A organização de cursos de graduação em Relações Públicas, resguardadas as Diretrizes Curriculares Nacionais e os Pareceres desta Câmara, deverá ser elaborada com claro estabelecimento de componentes curriculares, os quais, sem prejuízo de outros aspectos, abrangerão:

- I - projeto pedagógico e matriz curricular;
- II - linhas de formação;
- III - articulação teórico-prática;
- IV - processos de atualização;
- V - carga horária total;
- VI - estrutura laboratorial;
- VII - descrição de competências gerais e específicas;
- VIII - habilidades e perfil desejado para o futuro profissional;
- IX - conteúdos curriculares;
- X - estágio curricular supervisionado;
- XI - acompanhamento e avaliação;
- XII - atividades complementares;
- XIII - trabalho de conclusão de curso.

Art. 3º O projeto pedagógico do curso de graduação em Relações Públicas, além da clara concepção do curso, com suas peculiaridades, seu currículo pleno e sua operacionalização, deverá incluir, sem prejuízos de outros, os seguintes aspectos:

- I - objetivos gerais do curso, contextualizado à sua inserção institucional, política, geográfica e social;
- II - condições objetivas de oferta e a vocação do curso;
- III - formas de realização da interdisciplinaridade;
- IV - modos de integração entre teoria e prática;
- V - formas de avaliação do ensino e da aprendizagem;
- VI - modos da integração entre graduação e pós-graduação, quando houver;

^(*) Resolução CNE/CES 2/2013. Diário Oficial da União, Brasília, 1º de outubro de 2013 – Seção 1 – p. 28.

VII - incentivo à pesquisa, como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica;

VIII - regulamentação das atividades relacionadas com o Trabalho de Conclusão de Curso, em diferentes modalidades, atendendo às normas da instituição;

IX - concepção e composição das atividades de estágio curricular supervisionado em diferentes formas e condições de realização, observados seus respectivos regulamentos;

X - concepção e composição de atividades complementares.

§ 1º A proposta pedagógica para os cursos de graduação em Relações Públicas deverá assegurar a formação de profissionais generalistas, capazes:

I - de atuar nas áreas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento;

II - de realizar atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação, podendo ser também empreendedor da área para diversos segmentos.

§ 2º O curso deverá estabelecer ações pedagógicas visando ao desenvolvimento de condutas e atitudes com responsabilidade profissional e social e terá por princípios:

I - consideração para com os aspectos sociais, culturais e relacionais na interação com os públicos, na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional;

II - reflexão e crítica junto com os processos comunicativos, produzindo conhecimentos e práticas adequadas às mudanças e demandas, sem perder a ênfase nos interesses da sociedade;

III - preocupação com a formação humanística, crítica e ética e com a formação multidisciplinar;

IV - adoção de linhas de formação condizentes com as demandas sociais das instituições, sua vocação e sua inserção regional e local.

§ 3º Com base no princípio de educação continuada, as instituições de educação superior poderão incluir, no projeto pedagógico do curso, a oferta de cursos de pós-graduação *lato sensu*, de acordo com as efetivas demandas do desempenho profissional.

Art. 4º O egresso do curso de Relações Públicas deve ser profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características pessoais:

I - capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lide quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;

II - percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;

III - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;

IV - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;

V - capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

Art. 5º O curso de Relações Públicas deverá possibilitar formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

I - Gerais:

a) domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;

b) capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;

c) atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade;

d) capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e de exercer a docência.

II - Específicas:

a) interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional;

b) criatividade para gerar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;

c) habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;

d) conhecimento de técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado;

e) capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;

f) condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública;

g) habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

Parágrafo único. O projeto pedagógico deverá demonstrar claramente como o conjunto das atividades acadêmicas previstas garantirá o desenvolvimento das competências e habilidades esperadas, tendo em vista o perfil desejado, e garantindo a coexistência de relações entre teoria e prática, como forma de fortalecer o conjunto dos elementos fundamentais para a capacidade do egresso de propor formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho.

Art. 6º Os conteúdos curriculares do curso de graduação em Relações Públicas deverão estar organizados em quatro grandes eixos complementares entre si:

I - eixo de Formação Geral;

II - eixo de Comunicação;

III - eixo de Relações Públicas;

IV - eixo de Formação Suplementar.

§ 1º Serão indicados para cada eixo um conjunto de conteúdos básicos que podem ser contemplados em diversas atividades didáticas, tais como disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários etc.

§ 2º O eixo de Formação Geral deverá contemplar conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística e prever disciplinas baseadas essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea, em especial nas questões ligadas aos temas dos direitos humanos, educação ambiental e sustentabilidade.

§ 3º Ao eixo de Formação Geral poderão ser agregados conteúdos gerais de formação em economia, direito, antropologia, psicologia, estética e artes, ciência política, administração e de outras áreas do conhecimento, conforme o projeto de formação definido pela instituição.

§ 4º O eixo de Comunicação deverá contemplar conteúdos teóricos e aplicados das ciências da comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de relações públicas:

I - Fundamentos teóricos da comunicação:

a) estudos das correntes teóricas da comunicação social e da história social dos meios de comunicação;

b) pesquisa em comunicação;

c) interfaces da comunicação com a cultura e a política;

d) campos profissionais da comunicação;

e) estudos sobre a legislação e a ética da comunicação.

II - Linguagens, mídias e tecnologias:

a) estudos da linguagem, da retórica e do discurso;

b) estudos da organização das informações;

c) estudos das mídias, das tecnologias de informação e de comunicação;

d) estudos sobre a cibercultura;

e) estudos semióticos da comunicação;

f) estudo de línguas de contato ou de relação (língua franca);

§ 5º O eixo de Relações Públicas deverá contemplar conteúdos teóricos aplicados a práticas laboratoriais, que são específicos para a compreensão de relações públicas como processo e como atividade profissional.

I - O aluno deverá cursar conteúdos teóricos e técnicos que contemplem:

a) estudos sobre teorias das organizações e correntes teóricas da comunicação organizacional e comunicação nos processos de gestão organizacional;

b) estudos sobre história, princípios e fundamentos das relações públicas e sobre perspectivas teóricas e tendências do setor;

c) estudos sobre públicos e opinião pública e as relações públicas no contexto nacional e internacional;

d) estudos de comunicação pública, responsabilidade histórico-social e sustentabilidade;

e) estudos de políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação, assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias;

f) estudos de planejamento e organização de eventos, prevenção e gerenciamento de comunicação de risco e crise, comunicação governamental no terceiro setor e nos movimentos sociais;

g) estudos sobre a cultura organizacional, a construção da imagem e da reputação e processos de comunicação interpessoal nas organizações;

h) estudos sobre as relações públicas no contexto da comunicação integrada (institucional, administrativa, mercadológica e interna);

i) estudos de mercado e de negócios e avaliação e mensuração em comunicação;

II - No decorrer de sua formação, o aluno deverá cursar atividades didáticas em laboratórios especializados com objetivo de desenvolver práticas tais como:

a) pesquisas de opinião e de imagem que fundamentem a execução de projetos específicos;

b) diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação;

c) planejamento e organização de eventos;

d) gerenciamento de crises, redação institucional, produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais;

e) comunicação em rede;

f) portais corporativos, governamentais e comunitários; e

g) realização de projetos sociais e culturais.

§ 6º O eixo de Formação Suplementar deverá contemplar conteúdos de domínios conexos que são importantes, de acordo com o projeto de formação definido pela instituição de educação superior, para a construção do perfil e das competências pretendidas, devendo ser previstos estudos voltados para:

I - empreendedorismo e gestão de negócios;

II - comunicação nos processos de governança corporativa;

III - psicologia social;

IV - estatística;

V - relações governamentais;

VI - cerimonial e protocolo;

VII - ouvidoria.

Art. 7º O estágio supervisionado, componente do currículo com carga horária de 200 (duzentas) horas e regulamentado pelos colegiados acadêmicos da instituição, em consonância com a Lei nº 11.788, de 25/9/2008, deverá ser atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição.

§ 1º Os estágios supervisionados compõem-se de conjuntos de atividades de formação, programados e diretamente supervisionados por membros do corpo docente da instituição, profissional de relações públicas, e procuram assegurar a consolidação e a articulação das competências estabelecidas.

§ 2º Os estágios supervisionados visam assegurar o contato do formando com situações, contextos e instituições, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes se concretizem em ações profissionais, sendo recomendável que suas atividades sejam distribuídas ao longo do curso.

§ 3º A IES poderá reconhecer e aproveitar atividades realizadas pelo aluno em outras instituições, desde que contribuam para o desenvolvimento das habilidades e competências previstas no projeto de curso;

§ 4º O estágio supervisionado deverá contar com medidas efetivas de orientação e avaliação tanto por parte das instituições de educação superior quanto por parte das instituições concedentes.

Art. 8º Os cursos deverão considerar, para efeito de complementação de carga horária, atividades complementares realizadas dentro ou fora da instituição de educação superior, num total de 200 (duzentas) horas.

§ 1º As atividades complementares poderão incluir:

a) projetos de iniciação científica e de extensão;

b) publicações;

c) participação em cursos, oficinas, eventos, seminários e congressos científicos e profissionais.

§ 2º As disciplinas em outros cursos deverão prever acompanhamento, orientação e avaliação de docentes do curso segundo critérios regulamentados no âmbito de cada instituição de educação superior.

§ 3º As atividades complementares não poderão ser confundidas com o estágio supervisionado.

Art. 9º O Trabalho de Conclusão de Curso será componente curricular obrigatório e será realizado ao longo do último ano de estudos, centrado em determinada área

teórico-prática ou de formação profissional, como atividade de síntese e integração de conhecimento e consolidação das técnicas de pesquisa, e observará os seguintes preceitos:

I - deverá ter carga horária de 150 (cento e cinquenta) horas em duas modalidades para escolha dos discentes, a saber:

a) trabalho monográfico, individual, podendo versar sobre tema específico de relações públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo; e/ou

b) trabalho específico de relações públicas, aplicado a organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores, elaborado individualmente ou em grupo, acompanhado de fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada.

II - deverá ser orientado, em ambos os casos, por docente do curso e avaliado por banca composta por docentes e/ou profissionais, conforme resolução específica da instituição de educação superior.

Parágrafo único. A instituição deverá constituir regulamentação própria para o Trabalho de Conclusão de Curso, aprovada pelo colegiado acadêmico competente, contendo, obrigatoriamente, critérios, procedimentos e mecanismo de avaliação, além das diretrizes e técnicas relacionadas com sua elaboração.

Art. 10. A carga horária total do curso de graduação em Relações Públicas será de 3.200 (três mil e duzentas) horas, conforme estabelecido na Resolução CNE/CES nº 2/2007, assim distribuídas:

I - 2.800 (duas mil e oitocentas) horas para as atividades didáticas – de cunho teórico e prático, tanto as obrigatórias como as optativas – para os quatro eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 (mil e quatrocentas) horas para o eixo de formação em relações públicas – o que inclui a carga de 150 (cento e cinquenta) horas destinada ao Trabalho de Conclusão de Curso –, e 1.400 (mil e quatrocentas) horas para os eixos de Formação Geral, de Formação em Comunicação e de Formação Suplementar;

II - 200 (duzentas) horas para estágio supervisionado;

III - 200 (duzentas) horas para atividades complementares.

Parágrafo único. As durações mínima e máxima do curso ficarão a critério da instituição de educação superior, que levará em conta, na integralização, as diferentes possibilidades de formação específica.

Art. 11. As instituições de educação superior poderão criar mecanismos de aproveitamento de habilidades e competências extracurriculares adquiridas pelo estudante em estudos, atividades e práticas independentes, presenciais ou a distância, desde que atendidos tanto esta Resolução quanto o projeto pedagógico do curso, estabelecido pela instituição, para a conclusão do curso.

Parágrafo único. As atividades referidas no *caput* poderão ser desenvolvidas em forma de:

I - monitorias e estágios;

II - programas de iniciação científica;

III - estudos complementares;

IV - cursos realizados em áreas afins;

V - integração com cursos sequenciais correlatos à área.

Art. 12. As Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas nesta Resolução deverão ser implantadas pelas instituições de educação superior, obrigatoriamente, no prazo máximo de 2 (dois) anos, aos alunos ingressantes, a partir da publicação desta.

Parágrafo único. As IES poderão optar pela aplicação das Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas aos demais alunos do período ou ano subsequente à publicação desta Resolução.

Art. 13. Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

GILBERTO GONÇALVES GARCIA