

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

LAURIELLY SALGADO ROCCA

**ABORDAGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NAS
UNIVERSIDADES GAÚCHAS A PARTIR DAS DIRETRIZES CURRICULARES DO
MEC/2013**

Porto Alegre,

2016

LAURIELLY SALGADO ROCCA

**ABORDAGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NAS
UNIVERSIDADES GAÚCHAS A PARTIR DAS DIRETRIZES CURRICULARES DO
MEC/2013**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Karla Maria Muller

Porto Alegre,

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado **ABORDAGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NAS UNIVERSIDADES GAÚCHAS A PARTIR DAS DIRETRIZES CURRICULARES DO MEC/2013**, de autoria de Laurielly Salgado Rocca, estudante do curso de Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas, desenvolvido sob minha orientação.

Porto Alegre, de de 20

Assinatura:

Nome completo do orientador: Karla Maria Muller

LAURIELLY SALGADO ROCCA

**ABORDAGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NAS
UNIVERSIDADES GAÚCHAS A PARTIR DAS DIRETRIZES CURRICULARES DO
MEC/2013**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas.

Conceito: _____

Aprovado em:de de 20

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Karla Maria Muller - UFRGS
(Orientadora)

Prof. Dr. Rudimar Baldissera - UFRGS
(Examinador)

Prof. Dr. Ivan Bomfim - UNISINOS
(Examinador)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiro, aos meus pais por todo o apoio de sempre. Toda atenção e paciência e por estarem ao meu lado sempre.

Ao Rafael, por ser muito mais do que meu namorado, mas meu melhor amigo e companheiro. Por ter superado todas as minhas crises, por não ter deixado eu desistir em nenhum momento, por sempre estar atento e ser carinhoso. Por me ajudar de todas as formas nesse trabalho, por me incentivar a estudar e por ter sido todo o apoio (e mais!) que eu precisava. Sem palavras!

À minha empresa, Grupo BBDI, por ter compreendido os meus horários, pois precisava sair mais cedo para as orientações. Aos meus colegas também!

Às amigas, por terem compreendido minha ausência e por terem sido fundamental em toda a caminhada, desde às amigas de infância até às amigas que fiz na faculdade!

Ao Pink Floyd, por ter sido a trilha sonora desse trabalho.

À minha orientadora Karla, por todas as conversas e orientações, me ajudou muito a aprender mais sobre nossa profissão e fazer um trabalho realmente importante para os estudos acadêmicos!

Obrigada a todos que, de alguma forma, fizeram parte dessa caminhada!

RESUMO

Esta pesquisa objetiva analisar o desenvolvimento dos estudos de Relações Públicas e mais precisamente da temática Relações Públicas Internacionais, bem como identificar as novas diretrizes curriculares do curso homologadas pelo Ministério da Educação em 2013. Busca, ainda, como investigação empírica, identificar de que forma as universidades gaúchas estão abordando a temática de Relações Públicas Internacionais no Brasil. A pesquisa bibliográfica apoia-se em teorias a respeito da globalização econômica e mundialização cultural, além de teorias das Relações Públicas e das Relações Públicas Internacionais, a fim de encontrar um conceito para o tema. No âmbito metodológico, optou-se pela análise documental dos sites das universidades e do próprio documento do MEC. As principais conclusões foram que a atividade de Relações Públicas está ganhando cada vez mais espaço no âmbito mundial, visto que devido aos fenômenos estudados, em que a atividade estratégica das Relações Públicas é necessária para uma organização que se encontre nesse contexto. Além disso, as universidades gaúchas estão se adaptando para implantar as novas diretrizes curriculares do MEC, em que exige que a temática internacional seja abordada. Por enquanto, apenas as universidades particulares que possuem o curso já se adaptaram para estudar a temática, enquanto as públicas ainda estão se adaptando.

Palavras-chave: Relações Públicas Internacionais. Currículo de Relações Públicas.
Diretrizes curriculares. Globalização e mundialização.

ABSTRACT

This article aims to analyze the development of public relations studies, more precisely, international public relations and identify the new curricular guidelines ratified by the *Ministério da Educação* in the year of 2013. Is, also, object of analysis to identify how the southern Brazilian universities are approaching this theme. This research relies on the theories of economic globalization, global culture, public relations and international public relations in order to stablish a common concept of such. Regarding the methodology a bibliographic review was used to link the data with the object of study. The main conclusions was that the public relations is growing even more in its global nature, since there is a, also growing, demand by international companies to strategically stablish their public relations. Furthermore, the southern Brazilian universities are still implementing the new MEC guidelines, where international theme is mandatory. For now only private universities implemented this theme while the public sector is still working on it.

Key-words: International Public Relations, Public Relations Curriculum, Curricular Guidelines and Globalization.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	A GLOBALIZAÇÃO E AS ORGANIZAÇÕES	12
	2.1 <i>Globalização: transformações numa sociedade mundializada</i>	13
	2.2 <i>O contexto atual</i>	19
3	O RELAÇÕES PÚBLICAS NO CENÁRIO GLOBALIZADO	24
	3.1 <i>O profissional de Relações Públicas nas organizações "globais"</i>	24
	3.2 <i>O novo conceito de Relações Públicas Internacionais</i>	27
4	A RELAÇÃO DA DISCIPLINA "RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS" COM A FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS	33
	4.1 <i>As novas diretrizes do Ministério da Educação para o currículo de Relações Públicas</i>	35
	4.2 <i>O atual currículo das Universidades do Rio Grande do Sul e a disciplina de Relações Públicas Internacionais</i>	41
	4.3 <i>Análise da formação do profissional de Relações Públicas em novos contextos</i>	51
5	CONSIDERAÇÕES	54
	REFERÊNCIAS	58

1 INTRODUÇÃO

Devido à globalização, os impactos e atitudes de uma organização não são afetados apenas na região em que estão, mas podem influenciar diversas regiões do mundo - ainda mais quando essa instituição está instalada em mais de um país simultaneamente. Portanto, as empresas do século XXI mudaram totalmente o seu perfil: não visam apenas o lucro, mas a satisfação dos seus funcionários, a imagem que a empresa possui no lugar onde atua e no exterior, formular estratégias focadas no relacionamento, etc. As empresas tiveram que se adaptar e mudar suas atitudes, pois no mundo globalizado, a informação corre muito mais rápido e as pessoas possuem maior voz ativa, visto que basta apenas ter acesso à internet para que possam expressar suas opiniões.

Nesse cenário globalizado, a atividade do profissional de Relações Públicas tornou-se fundamental, pois é responsável por formular estratégias que influenciam a reputação e a imagem da organização perante seus públicos, além de manter relacionamentos e ações estratégicas. No cenário brasileiro, o profissional de Relações Públicas não é muito valorizado. Os estudantes de comunicação social, infelizmente, estão acostumados a ter que explicar para toda a família qual a função do RRPP nas empresas - o que ainda não é compreendido bem. Porém, essa falta de informação não está apenas no círculo familiar ou de amigos, mas ainda há uma grande defasagem na Universidade. Com pouco tempo que o curso completou 60 anos no Brasil, as faculdades de comunicação ainda sentem dificuldade em atualizar o seu currículo para os dias de hoje - ainda mais com as convergências no mundo digital e pela profissão ser muito dinâmica e ter a necessidade de mudança sempre. Uma das maiores mudanças que ocorreu nos dias atuais foi a crescente globalização e como hoje é impossível vivermos isolados. Graças à internet, podemos conversar em tempo real com qualquer pessoa, independente se ela está em outro continente ou no prédio ao lado. Devido a isso, as empresas também sentiram uma grande mudança em seu dia a dia e nas estratégias empresariais e suas atitudes, pois uma ação tomada em um região poderá (e provavelmente irá) ser comentada em qualquer parte do mundo. É aí que o profissional de Relações Públicas entra.

Junto a esse novo perfil do jovem funcionário e da empresa, as instituições de ensino também tiveram que se adaptar. Nesse cenário, o Ministério da Educação percebeu a urgência da mudança de mentalidade sobre a profissão de Relações Públicas nas Universidades e, em 2013, homologou novas diretrizes curriculares para a mudança de currículo do curso. Esse fato recente torna este trabalho inédito, pois será analisado, no âmbito do estado do Rio

Grande do Sul, quais Universidades, que possuem o curso, já se adaptaram a essas mudanças. Como a globalização é fator determinante nos relacionamentos em sociedade, o foco principal do trabalho será avaliar a disciplina de Relações Públicas Internacionais nessas instituições, pois a autora compreende que esta disciplina seria o melhor método de aplicar conhecimentos sobre globalização e sobre o novo perfil do profissional de comunicação para os futuros Relações Públicas.

Para tratar do conceito de Relações Públicas Internacionais, um dos objetivos dessa pesquisa foi avaliar teóricos como Wakefield (1996), Wainberg (2011), Culbertson (1996) e Taylor (2001) que já produziram uma conceituação sobre o assunto. Este tema é muito recente nas teorias de Relações Públicas, pois ainda é muito nova a atuação do profissional nesse mercado, por isso há a dificuldade de encontrar bibliografia produzida sobre o tema. Autores como Kunsch (2006), Kunsch (2009) e Ferrari (2009) foram utilizados para ajudar na base teórica do estudo, para que fosse possível, assim, criar um conceito amplo e dinâmico de Relações Públicas Internacionais.

Além disso, para que fosse possível estudar o conceito de Relações Públicas como uma profissão internacionalizada, era preciso, antes, compreender o que era globalização econômica e mundialização social. Por isso, autores como Ianni (1996) e Ortiz (1994) nos ajudaram a discutir esses conceitos.

Outro objetivo desta pesquisa é compreender as mudanças profissionais exigidas para o profissional de Relações Públicas que, a partir de crescentes estudos sobre a área de Relações Públicas Internacionais, o profissional tende a ser cada vez mais valorizado pelas empresas, pois ele é responsável diretamente pela imagem e reputação da organização perante não apenas por um, mas por diversos públicos direta ou indiretamente ligados à organização. Além disso, promover estudos sobre a própria profissão ajudará estudantes e profissionais a refletir sobre a área de atuação profissional e, quem sabe, no futuro surgirem outras pesquisas sobre o tema. Portanto, a contribuição mercadológica e social desta pesquisa é de extrema importância para a área da comunicação em geral.

A autora deste trabalho, desde o início, quis desenvolver uma monografia capaz de servir para fins acadêmicos de pesquisa. O conceito de Relações Públicas Internacionais já existe há algum tempo, porém não é muito discutido em sala de aula, tendo pouca contribuição teórica a respeito - por isso, a autora decidiu estudar sobre o assunto, pois acredita que era preciso falar mais sobre o tema. Além disso, com as novas diretrizes curriculares impostas pelo Ministério da Educação, em que essa temática passa a ser de caráter obrigatório nas instituições de ensino e, pela autora ter estudado na Universidade

Federal do Rio Grande do Sul, ainda com o currículo implantando em 2009, e não ter tido nenhum tipo de contato com o assunto, nem em uma disciplina específica nem em uma aula de outra disciplina, fez com que o desenvolvimento desse trabalho se tornasse ainda mais importante para os estudos acadêmicos sobre a profissão e o papel do profissional de Relações Públicas num âmbito mais amplo a nível internacional.

A fim de compreender todo esse novo cenário que estamos vivendo, um mundo globalizado e o profissional de Relações Públicas conquistando o seu lugar como uma profissão de valor e necessária, principalmente a nível internacional, a investigação que foi feita para esta pesquisa trata sobre a importância do conceito de Relações Públicas Internacionais e como as Universidades Gaúchas, que possuem o curso de Relações Públicas, estão se preparando para ensinar a disciplina para seus alunos e futuros profissionais, a partir das novas diretrizes curriculares do Ministério da Educação. Aqui, vale a pena ressaltar de que o MEC não exige que um conteúdo se torne em uma disciplina, apenas que ele seja tratado de alguma maneira dentro do curso. Para fins de pesquisa, a autora escolheu estudar a disciplina de Relações Públicas Internacionais, mas compreende de que o assunto pode ser tratado em outras disciplinas.

Para que fosse possível concluir este estudo e analisar seus dados, a metodologia escolhida para esta pesquisa foi uma Análise Documental, visto que os materiais online das instituições são seus documentos, bem como o documento das novas diretrizes curriculares do MEC, e a Pesquisa Bibliográfica, em que a autora buscou suporte teórico para sustentar suas ideias e constatações.

Considerando todas as questões já apontadas, como contexto e metodologias que foram utilizadas, a autora dividiu o trabalho em três capítulos. O primeiro capítulo refere-se ao processo da globalização econômica e social, contextualizando a sociedade atual em que se dá as funções de Relações Públicas. O primeiro item do capítulo fala sobre as transformações na sociedade devido à globalização, enquanto no segundo item explica-se o contexto atual de tais mudanças. Os autores principais escolhidos para dissertar sobre o assunto são Ianni (1999), Ortiz (1994) e Coutinho (1999).

No segundo capítulo, serão abordadas as questões da função de Relações Públicas nas organizações globalizadas, como mudaram suas ações devido ao processo da globalização econômica e social e como surgiu, nesse contexto, o conceito de Relações Públicas Internacionais. Para ajudar na fundamentação teórica desses capítulos, foram utilizados autores como Kunsch (2003), Kunsch (2009), Ferrari (2006), Ferrari (2008), Wainberg (2011), Souza (2006), Wakefield (1996) e Henriques (2009).

O terceiro e último capítulo dedica-se à análise do objeto empírico, que são as novas diretrizes curriculares que o Ministério da Educação implementou para o curso de Relações Públicas e a análise da disciplina de Relações Públicas Internacionais das universidades gaúchas que a possuem. Por último será realizada uma análise sobre o papel do profissional nesses novos contextos. Neste capítulo, foram estudadas autoras como Moura (2002) e Kunsch (2003) para nos dar um suporte acadêmico sobre estudos do currículo de comunicação social e o planejamento de uma comunicação integrada, respectivamente.

Por fim, as considerações finais retomarão os principais objetivos do estudo, a fim de refletir sobre os resultados obtidos pela pesquisa.

2 A GLOBALIZAÇÃO E AS ORGANIZAÇÕES

As relações dos indivíduos perante a sociedade hoje não é mais a mesma. Outrora, preocupávamo-nos nas nossas relações locais - atualmente, isso não é mais possível. Se antigamente a mídia de massa, como televisões e rádios, era a formadora de opinião, hoje em dia qualquer um virou agente da comunicação devido à internet. Podemos buscar informações sobre determinado assunto em diversas fontes diferentes, além de produzir e reproduzir nossa própria opinião. Por isso, pensar em comunicação de uma maneira unilateral de transmissão de informação não serve mais.

Num mundo globalizado, onde países e cidadãos possuem maior facilidade de se comunicarem em tempo real, as organizações também tiveram que repensar suas estratégias comunicacionais e em como isso afeta seus públicos. O processo da globalização alterou a maneira com que a sociedade se organiza e se relaciona. Hoje em dia, a comunicação entre diferentes povos é muito mais dinâmica e facilitada pelas tecnologias da informação. As estratégias que uma organização utiliza em determinados países influencia o modo com que cidadãos de outra região a percebem, pois a troca de informação é rápida e os públicos estão conectados pela Internet. Deste modo, é seguro afirmar que os públicos de uma organização não são mais apenas os "públicos-alvos" ou "*stakeholders*" que estudávamos, mas está mais amplo e ativo. Por isso, a importância do estudo da globalização e de como ela transformou a sociedade, que será discutido no próximo item.

Porém, é importante ressaltar que a globalização não transformou a sociedade apenas no ponto de vista econômico, mas também social e cultural. Com essa troca de informações facilitada pela tecnologia, as relações entre os indivíduos também aumentou e, com isso, o "choque" cultural. As sociedades tiveram que compreender que, em diferentes países e continentes, o dia a dia não é como conhecem. Desde rotinas simples, como ambiente de trabalho e relações caseiras, até num ponto de vista mais amplo, como as pessoas convivendo em sociedade, nas ruas e em suas relações profissionais e de negócios. Por isso, a importância de se estudar e compreender as mudanças na sociedade, não apenas a nível econômico, mas a nível social e cultural advindas do fenômeno do capitalismo, que é conhecido como mundialização. Para Ianni (1999), "o globalismo é produto e condição de múltiplos processos sociais, econômicos, políticos e culturais, em geral sintetizados no conceito de globalização" (p.16).

A mundialização da cultura na era do capitalismo globalizado é uma reconstrução, uma universalização abstrata como sociedade integrada, por cujo intermédio se pode experienciar como se fosse um bem-estar de socialização o que de fato é virtual e que apenas reafirma a sociedade real, da impotência integral, da fragmentação e da ausência de sentido. (MAAR, 1999, p. 141)

Porém, é importante, primeiro, que tenhamos um entendimento sobre cultura, pois será um termo muito relevante para nossos estudos. Segundo Thompson (1998), há muitas formas de cultura no mundo de hoje - são chamadas de *culturas híbridas*, em que diferentes valores, crenças e práticas se entrelaçam profundamente. Isto não quer dizer que a globalização da comunicação através da mídia eletrônica não tenha produzido novas formas de dominação e de dependência culturais.

Mas isto também não quer dizer que não possamos entender estas novas formas, nem tenhamos uma visão clara de suas conseqüências, se não aceitarmos a pressuposição de que as culturas anteriores foram inteiramente isentas de contaminação com valores impostos de fora. (Thompson, 1998, p. 152)

Há diversos conceitos para a globalização, desde a globalização econômica, que diz respeito ao capitalismo, até à globalização cultural, que é denominada mundialização, bem como globalismo, criado por Ianni e já citado neste trabalho. Por isso, é importante estudarmos as diferentes vertentes a respeito das mudanças oriundas do fenômeno capitalismo, já que "o fenômeno da globalização e da mundialização ocorre no âmbito do capitalismo[...]" (MAAR, 1999, p. 143). As transformações na sociedade, em função da globalização, "ocorrem em nível local, nacional, regional e mundial, envolvendo as condições sociais, econômicas, políticas e culturais de indivíduos, famílias, grupos sociais, classes sociais, coletividades, povos, nações e nacionalidades" (IANNI, 1999, p.17). Na tentativa de criar um conceito único sobre o fenômeno, nos deparamos com diversos pontos de vista.

Uns e outros invocam uma necessidade de criar uma nova cultura do trabalho, do consumo, dos investimentos, da publicidade e na gestão dos meios comunicacionais e informacionais. Ao ouvirmos, temos a impressão de que se acordam de chamar a cultura como recurso de emergência, como se "criar uma nova cultura" pudesse ordenar magicamente o que escapa da economia no trabalho e nos investimentos, aquilo que a competência não resolve nos meios nem no consumo. (CANCLINI, 1999, p. 11-12, tradução nossa)

No próximo item, serão discutidas essas questões das mudanças na sociedade devido ao processo da globalização.

2.1 *Globalização: transformações numa sociedade mundializada*

O processo da globalização alterou o mundo e as formas de comunicação. Se antes o alcance de informações era monopolizado pelas mídias tradicionais, como televisão e rádio, a era da Internet mudou isso. Se alguma coisa mudou no fluxo de informações nos últimos 30 anos, é possível afirmar que foram a rapidez, a simultaneidade e o alcance das transmissões (MOREIRA, 2010). Não muito tempo atrás, as mídias tradicionais dominavam a forma como os indivíduos se relacionavam com as informações, pois a televisão e o rádio eram os principais meios para disseminá-las, visto que possuem um grande alcance. Além disso, a informação era disseminada apenas pelos transmissores, pois eram eles quem decidiam o que ia passar, quando ia passar e de que jeito ia passar. Porém, com o fenômeno da Internet, quem era apenas o receptor da mensagem, virou, também, o criador da informação, da opinião e passou a ser o responsável por disseminar essa informação, visto que, hoje em dia, a Internet facilita essa troca de informações por meio de blogs e redes sociais. Esses acontecimentos só foram possíveis devido ao processo da globalização, que mudou a lógica do capitalismo e das relações sociais.

Por um lado, a globalização é vista como um fenômeno econômico e social que implica num avanço para a obtenção de um maior grau de integração e interdependência entre as economias dos distintos países e de intensificação das relações sociais em escala mundial. Por outro lado, é analisada como um processo civilizatório, de transformação política, econômica e social, em escala planetária. (ORTIZ, 1999 apud FERRARI, 2006, p.88)

Ao estudarmos a globalização, é possível percebermos duas vertentes distintas de pensamento: a primeira, que é a globalização propriamente dita, trata-se de um fenômeno econômico em escala global; o segundo, chamado de mundialização, diz respeito às mudanças sociais e culturais advindas desse processo econômico. Independente do viés e da vertente de estudo, um fator que todos os autores concordam: não é mais possível pensar economia e cultura a nível local. As sociedades estão conectadas, trocando informação, em tempo real, e isso afeta as relações sociais como um todo.

Ao falarmos de globalização, Ianni (1996) afirma que ela "expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial" (p. 11). Que o capitalismo foi o responsável, ou pelo menos o principal responsável, pelo processo da globalização é unânime entre a maioria dos teóricos - porém, ele não é o único que influencia e sofre influência desse acontecimento. A partir do capitalismo, empresas e governos aumentaram seu nível de interações mercadológicas e de trocas de serviços e mercadorias. Com isso, aumentou, também, o número do fluxo de pessoas e das

relações das sociedades. Cada sociedade é composta de indivíduos que são dotados de experiências próprias e de cultura. Com o advento da Internet, os cidadãos das diferentes sociedades aumentaram seu nível de interação e de troca de informações. O que antes era visto apenas pela ótica do capitalismo e da troca de bens, hoje é visto pela ótica da troca de informações, experiências e conhecimentos. Isso influencia muito em como as pessoas percebem as sociedades e, conseqüentemente, como percebem as organizações e suas ações.

Ianni (1996) então cita o conceito de "aldeia global", que fora criado por McLuhann, na qual sugere que formou-se uma comunidade mundial, "concretizada com as realizações e as possibilidades de comunicação, informação e fabulação abertas pela eletrônica" (p. 16). Ou seja, as pessoas trocam mais do que mercadorias e bens nessas aldeias globais, mas permutam informações a partir das tecnologias, como a Internet: "além de mercadorias convencionais, sob formas antigas e atuais, empacotam-se e vendem-se as informações" (p. 16).

Sendo um dos principais estudiosos do processo da mundialização, Ortiz (1994) afirma que o aumento da extensão geográfica das atividades econômicas por meio das fronteiras nacionais seria chamado de internacionalização. A globalização das atividades econômicas é uma forma mais avançada e complexa dessa internacionalização, no qual implica um certo "grau de integração funcional entre as atividades econômicas dispersas". (p. 16) O que o autor se refere é que a globalização da economia não se dá através apenas de atividades de troca além das fronteiras, mas sim a criação de um mercado global, no qual a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços devem ser organizados a partir de uma estratégia mundial, voltadas para o mercado mundial.

A partir desse fenômeno do mercado mundial, surgem as manifestações políticas e culturais como um reflexo imediato da globalização econômica. Portanto, a sociedade moderna é "uma sociedade mundial no duplo sentido. Ela vincula um mundo a um sistema, e ela integra todos os horizontes mundiais como horizontes de um único sistema comunicativo" (ORTIZ, 1994, p.24). Por isso mesmo, o autor afirma que uma cultura mundializada corresponde a mudanças de ordem estrutural. Ortiz (1994) continua seu pensamento ao afirmar que "uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela cohabita e se alimenta delas" (p. 27). Então, o autor exemplifica com a linguagem, no qual uma língua não sumiu em função de outras, mas elas coexistem, se relacionam e se modificam. Portanto, o mundialismo, como o autor denomina, não se identifica pela uniformidade.

Ortiz (1994), então, propõe a distinção entre os termos "global" e "mundial", no qual o primeiro termo refere-se a processos econômicos e tecnológicos, enquanto o segundo diz

respeito ao domínio específico da cultura. O termo "mundo" vincula-se "primeiro ao movimento de globalização das sociedades, mas significa também uma 'visão de mundo'" (p. 29). Esse processo de mundialização pode ser considerado o processo social que permeia as manifestações culturais, o que quer dizer que "uma cultura mundializada corresponde a uma civilização cuja territorialidade se globalizou" (ORTIZ, 1994, p.31).

Nesse sentido, Ianni (1996) nos traz uma reflexão muito importante quando cria o conceito de "cidades globais", que significa que essas cidades passam a desempenhar papéis fundamentais na generalização de forças produtivas e relação de produção nos moldes capitalistas e nas relações de trabalho, bem como na estrutura das relações de poder. Simultaneamente, para o autor, "ocorre a reestruturação de empresas, (...) em conformidade com as exigências de produtividade, agilidade e capacidade de inovação abertas pela ampliação de mercados, em âmbito nacional, regional e mundial" (p. 15). Ou seja, não apenas há a troca de informações e mercadorias em função da globalização, mas há um sistema muito maior de transformações na sociedade. Com a mudança no modo como as empresas se organizam, no sentido de que não se pode mais pensar apenas na região em que estão, também há outras mudanças nessas relações, como as relações de poder e de trabalho se dão nesse ambiente. Por exemplo, uma empresa americana, ao se instalar em outra região do mundo, como Europa ou Ásia, deverá se adaptar à cultura daquela sociedade, às leis fiscais, ao método de trabalho dos cidadãos, às políticas governamentais e ambientais, à logística de distribuição de bens, entre outros fatores. Por isso, apesar de se dizer que o capitalismo, no sentido econômico, foi o responsável pelo processo da globalização, a sociedade sofreu uma influência muito maior do que apenas distribuição de capital. Para Ianni (1996), "(...) as condições de vida e trabalho, em todos os lugares, estão sendo revolucionadas pelos processos que provocam, induzem ou comandam a globalização" (p. 25). Por isso, tão importante quanto pensarmos no processo da globalização, como economia, é fundamental refletirmos sobre o processo da mundialização, como cultura e relações entre os indivíduos.

O fato comum em todo o mundo é que todas essas relações estão se modificando, porém elas não acontecem igualmente em todos os países. Ianni afirma que "a globalização não tem nada a ver com homogeneização. Esse é um universo de diversidades, desigualdades, tensões e antagonismo" (1996, p. 33). Cada região do mundo possui suas normas, seus ritos, suas leis, seu modo de operar, de trabalhar, sua cultura. Ao se confrontarem, essas relações tendem a entrar em conflito, visto que são universos diferentes que, a partir do processo da globalização, devem aprender a conviver. Todos esses acontecimentos tendem a criar novas realidades e singularidades de uma sociedade. No mesmo sentido em que, em uma cidade

existem diferentes famílias com diferentes costumes, mas que, a partir de características semelhantes, podem distinguir que aquela cidade pode ser "hospitaleira", por exemplo, podemos ampliar esse modo de pensar para países e até para um sentido mais global, ao pensarmos que essas novas relações na sociedade recriam um modo de viver, de operar, de pensar, criam uma nova cultura, em que é possível utilizar o termo de "globalização" para explicar esse novo fenômeno. Essa sociedade global é "um universo de objetos, aparelhos ou equipamentos móveis e fugazes, atravessando espaços e fronteiras, línguas e dialetos, culturas e civilizações" (IANNI, 1996, p. 32).

Dando continuidade, podemos afirmar que os homens se desterritorializam, pois as relações sociais, nesse mundo moderno, são deslocadas dos contextos territoriais de interação e se reestruturam por meio de situações de espaço-tempo. Ou seja, a sociedade só pode sofrer uma mudança desse nível se tiver um sistema técnico que permita um controle do espaço e do tempo. Essa separação do espaço e do tempo permite o "desencaixe" das relações sociais, pois, devido a tecnologias como o transporte e a Internet, nossa comunicação desafia essas noções de espaço-tempo, pois podemos estar em todo lugar a qualquer hora. "A sociedade é um conjunto desterritorializado de relações sociais articuladas entre si. Por isso, os meios de comunicação desempenham um papel tão fundamental" (ORTIZ, 1994, p.50). É a partir dos meios e tecnologias da comunicação que conseguimos desafiar as barreiras do espaço-tempo. Por exemplo, um cidadão brasileiro pode estar conversando, neste exato momento, com um indivíduo que more na Índia, em tempo real. Se no Brasil é dia, o indiano já está se preparando para ir dormir, mas eles estão trocando informações e experiências no exato momento da fala, desafiando os obstáculos da comunicação que um dia já existiu, em que os cidadãos de ficavam "reféns" em conversar apenas com pessoas próximas, ou do mesmo país (em que até mesmo uma ligação de um Estado para outro poderia ser complicada, no caso do Brasil). Ianni (1996) afirma que "em pouco tempo, as províncias, nações e regiões, bem como culturas e civilizações, são atravessadas e articuladas pelos sistemas de informação, comunicação e fabulação agilizados pela eletrônica" (p. 16). Com o advento da técnica e das tecnologias da informação, hoje essa troca de informações é possível - e muito comum. "Os meios de comunicação contêm uma dimensão que transcende suas territorialidades. O circuito técnico sobre o qual se apóiam as mensagens é também responsável por um tipo de civilização que se mundializa" (ORTIZ, 1994, p.60).

Além disso, outra mudança importante para a sociedade oriundas desse processo de globalização foram as transformações nas relações de trabalho e de poder. Ianni (1996) afirma que o capitalismo, da maneira que se globaliza e nas formas que se organiza a técnica da

produção, envolve grande transformação na esfera do trabalho, no modo pelo qual o trabalho entra na organização social da vida do indivíduo, família, grupo, classe e coletividade, em todas as nações e continentes. Isto porque cada sociedade possui sua cultura própria do trabalho, suas leis fiscais e políticas governamentais, por isso, quando as organizações se globalizam, elas devem se adaptar às formas que aquela sociedade se organiza - ou ao contrário. O que muitas empresas enfrentam nessas situações são condições de trabalho do país em que se instalaram, mas que não, necessariamente, condizem com suas políticas institucionais. Um caso, por exemplo, é o que acontece com uma fábrica da Apple na China¹, em que funcionários são submetidos a políticas empresariais que não condizem com as da empresa americana, porém que são comuns ao país chinês. A globalização permitiu que empresas do mundo ocidental se instalassem nos países orientais, onde as políticas organizacionais são mais flexíveis e benéficas para o empresariado. Ianni (1996) afirma que

a nova divisão transnacional do trabalho e produção transforma o mundo em uma fábrica global. A mundialização dos mercados de produção, ou forças produtivas, tanto provoca a busca de força de trabalho barata em todos os cantos do mundo como promove as migrações em todas as direções. (p. 25)

Esse movimento de instalação de empresas em outras regiões, que não a sua de origem, provoca, ao mesmo tempo, uma dispersão das empresas e uma nova territorialização, "uma concomitante polarização de atividades produtivas, industriais, manufatureiras, de serviços, financeiras, administrativas, gerenciais, decisórias" (IANNI, 1996, p.16). Esse processo transforma as sociedades de origem dessas empresas, uma vez que elas deixam de movimentar a economia com empregos, e as sociedades que estão recebendo-as, pois movimentam a economia local, geram novos empregos e desenvolvimento para a região.

Nesse contexto de mudanças sociais e organizacionais, Coutinho (1999) ressalta a curiosa divisão internacional de tarefas advindas da globalização. O autor traz o exemplo de companhias aéreas americanas, que administram passagens e a contabilidade de trajetos em Barbados e na Jamaica, onde os empregados ganham menos e falam a língua nativa dos americanos e, a partir de um computador, eles enviam para a matriz americana. Este exemplo que o autor traz tem se tornado prática comum no contexto atual da globalização, no sentido de que muitas empresas tem se instalado em países estrangeiros aos seus devido a políticas fiscais mais favoráveis, além de encontrarem uma mão de obra mais barata. Quando isso não acontece, as empresas têm terceirizado alguns serviços, contratando estrangeiros, sem que

¹Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/saiba-como-e-a-vida-dentro-de-uma-fabrica-de-iphones-na-china/57663>>. Acesso em 26 de abril de 2016

eles tenham que estar fisicamente nas empresas, mas podendo entregar seus serviços e relatórios apenas via um computador, por e-mail ou outra forma de transferência de documentos online. Segundo Coutinho, "a globalização encerra avanços contínuos da divisão internacional do trabalho, originando produtos constantemente aperfeiçoados a custos decrescentes" (1999, p. 138). Às vezes, a concorrência para uma vaga de trabalho não está no oponente na entrevista de emprego, mas sim num trabalhador de outra região que pode oferecer um trabalho tão competente quanto, por um custo muito menor para a organização.

Segundo Ortiz (1994), "o aparato tecnológico não é 'causa' da mudança social, mas fonte potencializadora. Na verdade, o movimento da modernidade é aprofundado pelas técnicas informatizadas" (p. 68). Então, podemos afirmar que essas mudanças sociais já estavam acontecendo, de uma maneira mais sutil, mesmo sem as ferramentas de tecnologia. Esses avanços tecnológicos apenas ampliaram a nível mundial o que já acontecia em níveis locais. No próximo item, iremos discutir como está o contexto atual após essas transformações que aconteceram nas sociedades.

2.2 *O contexto atual*

Você acorda. Toma banho, o café da manhã (às vezes não consegue tempo para uma refeição calma) e vai para o trabalho. Durante o dia, desenvolve suas atividades, conectado à internet, pois as empresas utilizam-se de computadores, telefones e aparelhos tecnológicos para que o trabalho possa ser realizado de maneira eficaz. Enquanto isso, você também está conectado em seu celular que possui internet, falando com a família e combinando o jantar do final de semana. Ao mesmo tempo, está atualizando-se nas notícias, lendo blogs e sites de empresas de comunicação (o jornal impresso quase não tem mais espaço nesse ambiente). Na hora do almoço, você leva o seu celular e encontra nele a forma de entretenimento para "fugir do mundo". Ao sair do trabalho e ir para a academia, o celular continua o acompanhando para ouvir músicas ou acessar treinos online. Durante a aula à noite, você não utiliza mais caderno, já que no seu dispositivo eletrônico há aplicativos de anotações, além da câmera digital que se pode tirar foto das anotações no quadro. Ao chegar em casa, você janta, alimenta seu animal de estimação e dá uma última olhada na internet, para ver se aconteceu mais alguma coisa nesses minutos em que você esteve desconectado.

A breve história contada a cima é, talvez não em toda a sua unanimidade, um resumo do dia a dia dos cidadãos no mundo globalizado. Estar conectado, ler notícias e saber tudo o

que está acontecendo no momento em que acontecem são pré-requisitos para que se tenha relações na sociedade atual. Quem não segue esse padrão pode ser taxado de "alienado" - termo utilizado para quem não está atualizado dos últimos fatos. Toda essa dinâmica de troca de informações, em tempo real, e de todas as partes do mundo, acelerou a rotina diária dos indivíduos. A noção de tempo já não acompanha o "tic-tac" do relógio, pois agora ele é lento demais para nossos compromissos. Até ao utilizarmos a internet, se uma página na rede demora mais de 3 segundos para carregar e mostrar suas informações, já nos sentimos irritados, pois "está muito lento".

Zygmunt Bauman (1999: 67) comenta que o significado mais profundo transmitido pela idéia da globalização é o do "caráter indeterminado, indisciplinado e de autopropulsão dos assuntos mundiais; a ausência de um centro, de um painel de controle, de uma comissão diretora, de um gabinete administrativo (...)". Para o autor, a globalização faz com que o mundo não se pareça "mais uma totalidade artigo e, sim, um campo de forças dispersas e díspares, que se reúnem em pontos difíceis de prever e ganham impulso sem que ninguém saiba realmente como pará-las. (NOJIMA e ALMEIDA JUNIOR, 2007, p. 101-102)

A vida acelerada, principalmente nas metrópoles, transformou o modo com que os indivíduos vivem nela. As relações sociais mudaram, assim como as relações profissionais e o que se espera delas. As organizações também estão muito mais exigentes por resultados imediatos, ou até horários de trabalho (se a empresa possui relações de negócios com empresas de outros continentes) - algumas instituições chegam a ter expedientes de 24 horas de trabalho, só alterando os seus funcionários. A globalização transformou as relações entre sociedades, acelerando o ritmo com que as trocas de informações acontecem.

"No mundo contemporâneo, [...] há um aumento significativo de novas organizações, para satisfazer uma diversidade maior de necessidades sociais e pessoais [...]", pois com o mundo moderno cresceu, também, as necessidades sociais e mercadológicas desencadeadas, muitas vezes, pelos agentes de um mercado competitivo, que "estão sempre atentos às oportunidades e às ameaças do ambiente global e organizacional" (KUNSCH, M., 2003, p. 19). Apesar do desenvolvimento tecnológico oriundo do capitalismo globalizado, os cidadãos ainda dependem das organizações, desde as empresas que operacionalizam a internet até as que desenvolvem os computadores e celulares com este suporte. Então, para que seja possível toda essa mudança de comportamento da sociedade, ainda dependemos de organizações capazes de fazer o "meio de campo" tecnológico para que possamos nos comunicar com diferentes regiões da Terra.

Todas essas relações influenciam o cotidiano das organizações, interna e externamente, pois elas sofrem interferências e condicionamentos variados, principalmente se analisarmos pelo ponto de vista da globalização. Esse diagnóstico é complexo de ser feito, pois há um grande volume e diferentes tipos de comunicação existentes, atuando em diversos contextos sociais (KUNSCH, M., 2003). Por isso, deve-se avaliar a comunicação estratégica de uma forma mais ampla e dinâmica, visto que suas dimensões são variadas e influenciam na estratégia das organizações, bem como são influenciadas por seus diferentes públicos também.

De qualquer maneira, um acontecimento é fato: as organizações alteraram a dinâmica de suas relações devido à globalização. Não importa se as organizações são locais, regionais, nacionais ou internacionais: uma ação não influencia e não sofre influência apenas na localidade onde a organização se encontra. Uma pequena organização local pode sofrer influência de mercados e da economia mundial. Porém, as organizações não devem ser ingênuas a ponto de imaginarem que todos os seus atos comunicativos causam efeitos positivos em seus mais diversos públicos: "é preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo" (KUNSCH, M., 2003, p. 72).

Coutinho (1999) afirma que, devido ao processo da globalização, houve uma transformação das estruturas e estratégias empresariais. Para o autor, a rápida transformação das estratégias, organização e cultura empresariais também devem ser levadas em conta num contexto de mudanças. Isto porque um fenômeno tão complexo e dinâmico como a globalização não influencia apenas em um âmbito organizacional, mas sim em todos, o que acarreta numa mudança de pensamento e de estratégias comunicacionais para que as empresas consigam se adaptar às exigências dos novos mercados, pois agora as sociedades se comunicam mais facilmente e com maior frequência, trocando informações entre si, influenciadas pela cultura em que vivem - e esses mesmos indivíduos dessa sociedade serão os funcionários que estão no dia a dia das organizações globais, influenciando a dinâmica organizacional.

Trata-se de modificações induzidas por uma série de fatores, entre os quais cabe destacar a evolução das novas formas flexíveis de produção; a necessidade de garantir e ampliar fatias de mercado através da oferta de bens diferenciados ou *customizados*, a preços cadentes, acessíveis às classes médias abastadas das sociedades desenvolvidas; a possibilidade de montar redes internas computadorizadas para centralizar a gestão, vendas, compras, estoques, finanças e produção, se necessário em tempo real, e a possibilidade de estabelecer novas relações proveitosas com fornecedores, clientes,

prestadores de serviços, institutos de pesquisa, universidades, ou mesmo com concorrentes tradicionais, em certas áreas. (COUTINHO, 1999, p. 111)

Esse notável avanço tecnológico reduziu as perdas econômicas relacionadas a dimensões organizacionais e os custos de fluxo de informações dentro de uma organização, uma vez que essas tecnologias auxiliam na formação de redes internas capazes de informar e controlar funções em diferentes níveis hierárquicos: "esse avanço permitiu que grandes estruturas empresariais pudessem realizar eficientemente a gestão e a coordenação de suas operações" (COUTINHO, 1999, p. 112). Neste sentido, Gorender (1999) conclui que "a globalização se caracteriza por mudanças tecnológicas de grande alcance e por alterações não menos significativas nos processos de trabalho e de produção" (p. 130).

Outro fator importante que Coutinho traz para debate é do desemprego estrutural que essa globalização e desenvolvimentos de certas tecnologias trouxeram. Para o autor, desemprego estrutural é o "desemprego persistente que não varia com as alterações conjunturais" (COUTINHO, 1999, p. 130). As inovações tecnológicas influenciaram este tipo de situação, mas também é importante ressaltar que não é o único fator para que o desemprego estrutural aconteça. Porém, o que se tem aqui é de que algumas profissões desapareceram, marginalizando seus praticantes, enquanto outras se valorizam e trazem remunerações maiores para àqueles cidadãos que tem acesso a elas. Por exemplo, ter uma máquina automática de pagamento em um shopping faz com que o empregado que ficaria na cabine para validar o ticket de estacionamento perca seu emprego, todavia faz com que as indústrias responsáveis pela fabricação e distribuição dessas máquinas contratem mais empregados - que devem ser mais qualificados do que o atendente. Essas mudanças estruturais da relação empregatícia, segundo Coutinho (1999), se dá em função do capitalismo globalizado e não em função do computador ou das tecnologias em si - no caso, não são as máquinas as responsáveis por essas mudanças, mas sim o sistema em que elas operam e fazem parte.

Apesar de avanços tecnológicos no nível material de uma organização, de uma maneira geral, as organizações do século XXI não mudaram muito o seu comportamento. Apesar de algumas terem algum retórico moderno, suas atitudes e ações comunicacionais ainda são impregnadas por uma cultura tradicional e autoritária do século XIX. Para que seja possível obter uma abertura de canais e a prática da comunicação simétrica, será necessária uma nova filosofia organizacional e a adoção de perspectivas mais críticas, capazes de desenvolver atitudes inovadoras e coerentes com os desejos da sociedade moderna (KUNSCH, M., 2003). Por isso, é fundamental que as organizações contem com as atividades

de Relações Públicas, pois é o profissional dotado de desenvolver estratégias comunicacionais alinhadas aos objetivos de uma organização.

O fato é que, independentemente do porte da organização e do seu segmento de atuação, percebemos cada vez mais a necessidade da atividade de Relações Públicas. Até pouco tempo atrás, podíamos afirmar que Comunicação era uma estratégia importante para a competitividade das organizações e também das pessoas. Hoje, constatamos que, além disso, é estratégia de sobrevivência num mercado em que a concorrência perdeu os seus limites territoriais (...) (JUNIOR, 2006, p.129)

Margarida Kunsch (2003) afirma que as Relações Públicas, como disciplina acadêmica e atividade profissional, têm como foco as organizações e seus públicos e que o grande desafio da área é "conseguir gerenciar a comunicação entre as duas partes, mormente na complexidade da sociedade contemporânea" (p. 90). Portanto, é o profissional de comunicação que deve formular estratégias para que as organizações obtenham sucesso em suas ações num mundo globalizado.

Todos esses fatores influenciaram, também, numa mudança da postura profissional de Relações Públicas. Envolvidas e atualizadas nos diversos contextos políticos, econômicos, sociais e culturais, as Relações Públicas desenvolvem estratégias específicas para cada país ou região, sem perder de vista os fatores integrantes da globalização (...) (FERRARI, 2006). Por isso, a importância de analisar e estudar o papel desse profissional da comunicação num novo cenário globalizado - tema de nosso próximo capítulo.

3 O RELAÇÕES PÚBLICAS NO CENÁRIO GLOBALIZADO

Devido à globalização, os impactos e atitudes de uma organização não são afetados apenas na região em que estão instaladas, mas também podem influenciar diversas outras localidades do mundo. Por isso, pensar estrategicamente as organizações não pode se limitar apenas à região física em que estão estabelecidas - pois, por meio da internet, elas influenciam inúmeros lugares, basta apenas aquele lugar ter acesso fácil à informação.

Por isso, uma mudança de visão e comportamento do profissional de Relações Públicas também é fundamental. Esse profissional da comunicação é responsável por pensar as organizações estrategicamente, em mediar as interações dos públicos com essa organização e cuidar da imagem da empresa perante toda a sociedade. Portanto, pensar numa estratégia internacional por parte do profissional de Relações Públicas é de extrema importância para que as organizações possam se adaptar de uma maneira adequada a esse novo cenário.

3.1 *O profissional de Relações Públicas nas organizações "globais"*

As Relações Públicas foram criadas no início do século XX, nos Estados Unidos, para ajudar grandes corporações de negócios e os departamentos de governo a se relacionarem melhor com seus públicos, com a opinião pública e com a sociedade (KUNSCH, M., 2009). Porém, com o passar dos anos, a atividade de Relações Públicas passou por muitas transformações, começou a ser entendida como função estratégica indispensável para que as organizações se posicionem institucionalmente e administrem com eficácia seus relacionamentos com públicos estratégicos (KUNSCH, M., 2003). Com essa mudança de posicionamento dos próprios profissionais, juntamente com a mudança da sociedade e da globalização, a função desse profissional da comunicação tornou-se, cada vez mais, indispensável para que grandes organizações "sobrevivam", de uma maneira positiva, no mercado global.

Se, por um lado, o processo de relacionamento da organização com os públicos estratégicos é fundamental para a criação de um conceito positivo e duradouro na opinião e atitude e no comportamento das pessoas, por outro, o resultado dessa relação pode e deve (...) agregar valores para ambos os protagonistas: públicos e organização. (FERRARI, 2006, p.87)

Para que se tenha um equilíbrio das relações e atuação das empresas no mercado global, é necessário o profissional de Relações Públicas para o desenvolvimento das

organizações no mundo e no Brasil. O efeito da globalização caracteriza um dos principais fatores para o aumento e aceleração da participação do profissional de Relações Públicas no mercado (principalmente no âmbito internacional). As mudanças rápidas na sociedade e nas relações de trabalho exigem do profissional uma postura diferente (JUNIOR, 2006).

"Nunca como agora a prática das relações públicas tornou-se tão necessária", destaca Wainberg (2011, p.217). Isto porque, nesse cenário globalizado, em que diferentes organizações se deparam com diferentes culturas, ter um profissional que pense estrategicamente é fundamental. Por exemplo, uma empresa que foi criada nos Estados Unidos, ao se instalar no Brasil, precisa conhecer, além de leis fiscais, ambientais, entre outras, o público, a sociedade e a cultura.

Tal desafio de aprender a superar os obstáculos erguidos ao relacionamento pelas diferenças culturais, pelos interesses divergentes, por ambições e projetos políticos distintos, por ambições econômicas opostas, por traços pessoais singulares e crenças religiosas heterogêneas é ainda maior no ambiente internacional. (WAINBERG, 2011, p.217)

Por isso, ser, hoje em dia, uma organização globalizada não é tarefa fácil. As empresas enfrentam muitos desafios no novo cenário de trocas de informações atual. Por exemplo, uma organização global que resolve uma situação em uma localidade, pode influenciar o jeito como os públicos a percebem em diferentes regiões. Nesse sentido, o desafio do profissional de comunicação é ainda maior, pois a empresa não precisa, necessariamente, estar situada em outra região para influenciar essa região. Sendo assim, nos deparamos com dois tipos de situação: uma em que uma empresa global quer se instalar em outra região; outra, em que uma organização global pode influenciar diferentes públicos, mesmo não estando fisicamente nessa outra região. Em ambos os casos, o profissional de Relações Públicas deve ser capaz de ter uma visão mais abrangente, levando em consideração todo o contexto no qual a sociedade e a organização estão inseridas. Segundo Ferrari,

as relações públicas surgem como a atividade que analisa os cenários internacionais e locais e os contextos político, econômico, social e cultural para então definir estratégias de comunicação específicas para cada país ou região onde quer que esteja uma organização. (2008, p.12)

Esse motivo levou estudiosos a desenvolverem um banco de dados chamado de *World Values Survey* (WVS)², ou Pesquisa de Valores Globais, na tradução livre. Este documento possui valores dos povos numa variedade de temas, a fim de ter algum tipo de métrica para estudos e estratégias comunicacionais. Segundo Wainberg (2011), as tabelas possibilitam uma

² Disponível em: <<http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>>. Acesso em: 17 de abril de 2016.

maneira operacional eficiente e simples de diagnosticar o que pode separar e o que pode aproximar os interlocutores globais. Segundo o autor, para os profissionais de Relações Públicas que necessitam diagnosticar, de uma maneira mais precisa, uma estrutura de opiniões e crenças, esse estudo é fundamental, pois permite apontar áreas comuns de entendimento e possíveis áreas conflitivas.

Diferentes países e culturas encaram situações, conflitos e até campanhas de maneiras distintas. Por isso, os gestores de organizações globais devem ter sensibilidade cultural na administração de seus negócios: "a atitude que serve num país pode não servir noutro. Alguns povos toleram incidentes que provocam riscos, conflitos e ambiguidade" (WAINBERG, 2011, p.229). Portanto, existe uma necessidade clara de que as organizações invistam em um profissional com visão global de comunicação, especialmente de Relações Públicas, para que, juntamente com os gestores, promovam estratégias eficazes e eficientes para que essas organizações globais tenham uma comunicação precisa com os seus públicos, para que ela escute-os e se faça ouvir.

Porém, o profissional deve estar atento, pois "ao ajudar a organização a conquistar seus objetivos, poderá sofrer pressões causadas pelos interesses empresariais que o levarão a avaliar seu posicionamento moral" (FERRARI, 2008, p.19). Por isso, é de extrema importância que o profissional de Relações Públicas esteja sempre alinhado às estratégias e interesses da organização e de que, as atividades nacionais e, principalmente, internacionais, estejam sempre alinhadas com os gestores da organização, pois qualquer atitude tomada pode desencadear uma reação diferente em cada público, o que pode influenciar negativamente a imagem da organização perante eles.

Por isso, o profissional de Relações Públicas deve, constantemente, "provar o seu valor", isto é, exercer sua atividade com eficiência, comprovando para os gestores da organização o porquê são tão importantes. Mais ainda: num cenário globalizado, este profissional deve comprovar que é capaz de estar alinhado às estratégias da organização e afirmar o seu *status* como agente da comunicação organizacional. Ferrari afirma ainda que a análise dos cenários é a etapa na qual o profissional conhece o ambiente e é capaz de criar estratégias de acordo com os objetivos da organização: "é na sua função de 'analista de cenários' que o Relações Públicas dará sentido ao seu trabalho e encontrará sustentação para tornar as Relações Públicas mais bem compreendidas" (FERRARI, 2009, p.139). Neste sentido, o profissional deve estar apto a analisar e compreender todo o cenário em que uma organização está inserida, ainda mais no âmbito internacional, em que este cenário é ainda mais difuso, com maiores possibilidades de conflitos, por terem sociedades e culturas

diferentes umas das outras. Compreender isso e aprender a criar estratégias para que uma organização seja bem-sucedida é fundamental para este profissional da comunicação.

Porém, para que a organização sobreviva no ambiente em que está e influencie, principalmente no âmbito internacional, seus interessados, é fundamental que ela tenha relacionamentos positivos com seus públicos para a "existência e permanência das organizações no seu ambiente" (FERRARI, 2009, p.139). Aqui podemos analisar "ambiente" não apenas como região física em que uma organização se encontra, mas toda a característica simbólica que a envolve e nas áreas de influência de suas ações. A sociedade e a cultura que percebem as organizações e suas estratégias são responsáveis por criar um imaginário da organização, pois "é assim que as organizações funcionam, produzindo sentidos e trocando expectativas", por isso, uma das principais atividades do profissional de Relações Públicas é "conhecer as expectativas dos públicos para adequar o formato dos relacionamentos com cada um deles" (FERRARI, 2009, p.139).

Por todos esses fatores e a importância de um Relações Públicas alinhado com as estratégias das organizações, surge a necessidade de criar um novo conceito: Relações Públicas Internacionais. Devido ao processo da globalização, esse ramo da atividade do profissional da comunicação já está acontecendo, porém é percebida a necessidade de estudá-lo também nos níveis acadêmicos. No próximo item, serão discutidas as novas apropriações para este tema.

3.2 *O novo conceito de Relações Públicas Internacionais*

Segundo Waldemar Kunsch (2009), "as Relações Públicas, como campo acadêmico e atividade profissional, têm como objetos as organizações e seus públicos, instâncias distintas mas que se relacionam dialeticamente" (p. 54). No caso do novo conceito de Relações Públicas Internacionais, devemos expandir essa concepção acadêmica e profissional para um cenário globalizado, no sentido de que os públicos não correspondem mais apenas aos locais próximos, fisicamente, das empresas, além de que a área de influência das organizações, também, é de alcance além de fronteiras estabelecidas por países.

Devido à livre circulação de pessoas e informação entre os países, viu-se uma necessidade de se ter uma exigência de compreensão do outro como pessoa. Dessa necessidade, também nasceu a indispensabilidade de um bom relacionamento entre as

organizações e seus públicos de diferentes línguas e culturas. Por isso, surgiu o termo Relações Públicas Internacionais (SOUZA, 2006).

Brasil (apud Silva 2005, p.7) definiu Relações Públicas Internacionais como

o conjunto de medidas, iniciativas, esforços e formas práticas de ação e expressão, que visam obter mais estreito e produtivo relacionamento entre os povos, no sentido de estimular e facilitar o entendimento, a coexistência e a cooperação entre eles; no sentido também de fomentar melhores e mais amplas atividades de intercâmbio comercial e industrial e finalmente, com o objetivo de ampliar os níveis de cultura geral, através de mútuas facilidades de acessos aos respectivos patrimônios e instrumentos de cultura.

Já para Andrade (apud SOUZA, 2006, p.14), "é o método de ação que visa fomentar a compreensão entre os povos, utilizando-se de técnicas próprias, ajustadas às culturas, tradições e características locais".

Nos dois casos acima, os autores definem Relações Públicas Internacionais como mediadora de relacionamentos entre os povos, sem explicar sua função estratégica nas organizações (SOUZA, 2006). Podemos perceber que, tanto na percepção de Andrade quanto na de Silva, ambos estavam preocupados em analisar o enfoque de Relações Públicas Internacionais com base na cultura das sociedades e como essa troca de informações e tradições se dá. Porém, como já vimos, a atividade de Relações Públicas é muito mais do que apenas mediadora de relacionamentos, portanto sua nova conceituação não pode ficar restrita apenas a isso, apesar de que mediar relacionamentos entre culturas diferentes também é uma das funções.

Para Wainberg (2011), o executivo de uma empresa internacional atua como diplomata corporativo nos mercados globais, porém "não se deve restringir o conceito de relações públicas internacionais à tal atividade empresarial e econômica" (2011, p. 222). Na realidade, o profissional de Relações Públicas Internacionais envolve diversos outros fatores e autores, como empresas, fornecedores, entre outros, que se interessam em estabelecer alianças com parceiros estrangeiros. Em função disso, é exigido, hoje, do profissional, que ele atue de diferentes formas. Entre as novas variáveis consideradas, o autor cita sete:

a compreensão (1) da ampla conjuntura sociopolítica do mundo contemporâneo; (2) da inserção diplomática da nação hospedeira neste cenário político internacional; (3) dos principais processos econômicos e comerciais do sistema internacional e (4) a participação econômica e comercial da nação hospedeira neste sistema. (5) O diagnóstico preciso e detalhado da identidade cultural do parceiro é outra variável a ser decifrada. (6) Da mesma forma, é necessário compreender os dilemas e os processos sociais específicos das novas sociedades com as quais o ator interage. [...] (7) Por fim, é necessário compreender também a natureza política do novo

cenário, a estrutura comunicacional existente no novo ambiente e o grau de liberdade de expressão ali existente. (WAINBERG, 2011, p.223)

Wakefield organiza diversos pensadores do tema Relações Públicas Internacionais para, enfim, definir um conceito melhor estruturado da atividade. Segundo Wilcox, Ault e Agee (apud Wakefield, 1996, p. 18), Relações Públicas Internacionais é "o esforço planejado e organizado de uma companhia, instituição ou governo para estabelecer relações mútuas benéficas com os públicos de outras nações". Grunig, citado ainda por Wakefield, estuda o termo como uma perspectiva que permite ao profissional trabalhar em muitos países ou trabalhar de maneira colaborada com pessoas de outras nações (WAKEFIELD, 1996).

Aqui, já observamos uma conceituação mais estruturada para o termo de Relações Públicas Internacionais, pois a atividade desse profissional da comunicação vai além de mediar públicos em culturas diferentes, mas sim pensá-las estrategicamente, numa comunicação de via-dupla, em que ambos, públicos e organizações, são beneficiados e possuem voz ativa. Além disso, afirma a possibilidade desse profissional em trabalhar de uma maneira global, além das fronteiras impostas por países, pois uma organização pode influenciar sociedades em que não tem um contato direto, devido ao intenso fluxo de informações gerado pela globalização em que a atual sociedade contemporânea se encontra.

Ainda, segundo outros três autores, temos mais assunto para discutir sobre essa nova conceituação. Margarida Kunsch (2006) afirma que as relações públicas devem sim se pautar por princípios universais, como estratégia, simetria e diversidade, mas que o foco deve ser nas seis variáveis específicas que devem ser levadas em consideração na aplicação a diferentes regiões, como desenvolvimento, sistema político, sistema econômico, cultura e linguagem, mídia e ativismo. Com isso, completamos o pensamento anterior de Wakefield, afirmando que, além dos termos propostos por Grunig, devemos pensar a atividade de Relações Públicas e sua aplicação em diferentes regiões, partindo de seis variáveis, que influenciariam essas regiões e, portanto, a atividade deveria ser pensada de uma maneira distinta.

Para Wainberg (2011) é possível conceituar Relações Públicas Internacionais como "o esforço organizado de uma instituição, companhia e/ou governo de estabelecer relações benéficas com públicos estratégicos de outras nações". Ainda, afirma que as Relações Públicas Internacionais "visam auxiliar o administrador no seu objetivo de inserir a organização em novos ambientes além-fronteira" (p. 225).

Culbertson (1996) afirma que a literatura em Relações Públicas Internacionais tende a se fixar nas organizações ocidentais, multinacionais e suas formas de trabalhar Relações Públicas no exterior de seus países. Já Taylor (2001) propõe uma organização das vertentes de

pesquisa realizadas em Relações Públicas Internacionais, dentro de quadro dimensões: Relações Públicas como extensão da abordagem simétrica, pesquisa comparativa, foco em questões pedagógicas e éticas e linha de pressuposições (SOUZA, 2006).

A primeira linha proposta por Taylor (2001) é a extensão da abordagem simétrica simples para um modelo simétrico de duas vias, onde tanto a organização quanto seus públicos são produtores e receptores de informação. Neste caso, é fundamental observar fatores contextuais locais para programas de relacionamento. A segunda linha é a pesquisa comparativa, na qual os contextos econômico, político e social influenciam a prática da atividade. Já a terceira linha apresenta perspectivas de conhecimento que guiam os praticantes nas diversas partes do mundo, pela análise de cursos ofertados, trazendo observações a respeito da forma de ensino e dos professores. A última dimensão é a linha de pressuposições, que avalia o campo da teoria e da prática de Relações Públicas Internacionais, com suposições dos caminhos que deverão ser tomados para seu desenvolvimento. Cada uma dessas linhas de pensamento são importantes para avaliarmos a atividade de Relações Públicas Internacionais e, sob um olhar crítico, compreendermos a função e papel das Relações Públicas (TAYLOR, 2001, apud SOUZA, 2006).

Ainda na procura de uma conceituação do termo de Relações Públicas Internacionais, Anderson (1989, apud FERRARI, 2006) citou os termos "internacional" e "global" para definir as Relações Públicas Internacionais como a prática de programas de comunicação em diferentes mercados, com ações específicas estruturadas para cada um, e Relações Públicas Globais como a utilização de um único programa global em dois ou mais mercados para reconhecer as similaridades e diferenças entre consumidores e públicos, fazendo adaptações nas ações estratégicas, levando em conta o alcance geográfico e as tomadas de decisões que isso envolveria. Já Black (1996, apud FERRARI, 2006) apresenta uma visão mais ampla, em que define Relações Públicas Globais como o entendimento mútuo e a superação as divergências geográficas, linguísticas e culturais.

Apesar da criação de um novo conceito para o termo Relações Públicas Internacionais, as funções da atividade de Relações Públicas continuam as mesmas, porém com uma área de atuação maior. Wainberg afirma que "o ambiente com o qual o ator nativo se defronta no estrangeiro é mais desafiador por ser mais desconhecido" (2011, p.230), mas que as atribuições clássicas da atividade permanecem as mesmas. Para o autor, "o RP Internacional atua representando o ator global no mercado nacional, facilitando a negociação com o governo e os novos públicos estrangeiros" (2011, p. 230).

Um dos motivos para a dificuldade de culminar um termo universal para Relações Públicas Internacionais pode ser o de uma ampliação rápida e progressiva da própria atividade de Relações Públicas em si, que ampliou, drasticamente, suas funções ao longo do tempo (HENRIQUES, 2009). Este processo se deu devido a dois fatores principais:

a extrapolação do entendimento da atividade de Relações Públicas como sendo do âmbito da comunicação de massa (com a progressiva inserção do conceito de comunicação dirigida); e a visão da complexidade organizacional e de suas relações comunicativas (que conduz ao conceito de comunicação integrada). (HENRIQUES, 2009, p.132)

Por isso, para se ter um entendimento universal da atividade de Relações Públicas Internacionais e para que se estude e ministre essa disciplina em faculdades e universidades, é de extrema importância que a mudança seja feita a partir do próprio comunicador. O profissional deve ter consciência das mudanças em que, não apenas a profissão sofreu ao longo do tempo, mas como a sociedade e a cultura mudaram, como um todo. Devido a esse fenômeno, é indispensável que haja uma mudança de atitude e postura do profissional de Relações Públicas perante à sociedade e às organizações.

Para Henriques (2009), o dilema e as contradições vividos pelos profissionais de Relações Públicas são explicados "ora pela profissionalização relativamente recente, ora pela incompetência dos próprios praticantes em posicionar a profissão, constituindo com precisão seus fundamentos" (p. 130). É possível concordar com o autor no sentido de que, pelo recente fenômeno da globalização e, mais tardia ainda, a profissionalização da atividade em certas áreas, como a gestão estratégica das organizações globais, fez com que esse conceito de Relações Públicas Internacionais fosse pensado "por último", ou ainda nem ter sido pautado.

Por isso, o que ainda falta estabelecer na área de Relações Públicas Internacionais é um consenso de um modelo geral. Como já dito antes, ainda há dificuldade de se propor um paradigma universal ao novo campo das Relações Públicas Internacionais (WAINBERG, 2011). Apesar dessa falta de universalidade do conceito e do reconhecimento dessa nova área de atuação e estudos acadêmicos desse profissional, podemos formular um conceito para este trabalho a partir das vertentes estudadas por diferentes autores.

Muitos defendem que Relações Públicas Internacionais nada mais é do que a aplicação da atividade desse profissional em âmbito mundial. Segundo os autores estudados nesse capítulo, podemos afirmar que a área de Relações Públicas Internacionais é mediadora de relacionamentos entre os povos e diferentes nações, em que busca alianças com parceiros estrangeiros. Além disso, também corresponde ao esforço planejado de organizações ou do governo para estabelecer relações mútuas benéficas entre os públicos de outras nações, pois é

um profissional capaz de trabalhar em muitos países de maneira colaborada com pessoas de outras nações, no sentido de que a aplicação da atividade de Relações Públicas tem aplicação em diferentes regiões. Ainda, esse profissional da comunicação visa auxiliar o administrador no objetivo de inserir a organização em novos ambientes além-fronteira, adaptando as mais abrangentes formas de trabalhar Relações Públicas no exterior dos países de origem da organização. Finalizando, pode-se ainda diferenciar Relações Públicas Internacionais de Relações Públicas Globais quando se estuda pela ótica de planejamento e atuação de mercados, buscando um entendimento mútuo e superação das divergências geográficas, linguísticas e culturais das sociedades.

A compreensão que se tem até aqui sobre o conceito do tema é de que Relações Públicas Internacionais é a mediação de relacionamentos entre públicos de nações diferentes, em âmbito mundial. Com o objetivo de promover uma organização e criar estratégias perante seus públicos, o profissional poderá auxiliar no planejamento organização a níveis mundiais, superando diferenças linguísticas, geográficas e culturais, aplicando as funções e processos de Relações Públicas em todas as etapas das ações estratégicas.

No próximo capítulo, será analisado como esse conceito de Relações Públicas Internacionais tem sido ministrado pelas universidades gaúchas a partir de uma disciplina de mesmo nome. Porém, antes disso, será falado sobre como o Ministério da Educação percebeu a necessidade da atualização do currículo do curso e, a partir disso, homologou novas diretrizes curriculares para o curso de Relações Públicas no Brasil, como um todo.

4 A RELAÇÃO DA DISCIPLINA "RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS" COM A FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Para que um profissional de Relações Públicas tenha habilidade de desenvolver estratégias de comunicação nesse mundo globalizado, é imprescindível que essa formação se inicie na graduação. Tanto no âmbito acadêmico quanto na prática da profissão, é importante que o comunicador se atualize e se adapte às novas circunstâncias em que a sociedade e suas ações estão inseridas.

Qualquer estudioso que se põe a pesquisar a evolução das relações públicas mundiais constata que, por muitas décadas, profissionais e acadêmicos se concentraram, sobretudo, em "o que fazer" e "como fazer" a atividade, sem maiores preocupações com a formulação de um arcabouço teórico que a fundamentasse. (KUNSCH, W., 2009, p. 22)

Ao analisar a profissão de Relações Públicas na contemporaneidade, "elas devem ser contempladas em duas dimensões: como prática profissional e como campo acadêmico de estudos" (KUNSCH, W., 2006, p. 33). Neste novo cenário em que a profissão está inserido, não podemos mais considerar a atividade de Relações Públicas no meio profissional e técnico, mas também devemos analisá-la no meio acadêmico e de estudos, pois elas também constituem um campo de conhecimento com literatura específica e teorias reconhecidas mundialmente.

Porém, para que seja possível fazer essa análise, é preciso que, primeiramente, compreenda-se o conceito de currículo e as diretrizes curriculares do curso de comunicação social. Moura (2002) afirma que essa questão curricular possui dois níveis de entendimento: "a teoria curricular e a organização curricular" (p. 30). Para explicar os dois níveis, a autora afirma que existem três tendências (paradigmas) que autores brasileiros utilizam para estudar o currículo: a primeira tendência é a Técnico-Linear, no qual a teoria curricular se dá pelo modelo de planejamento curricular que visa às atividades específicas das áreas profissionais e a organização curricular em que o currículo é centrado em disciplinas; a segunda tendência denomina-se Circular-Consensual, sua teoria curricular é a respeito da construção curricular a partir das experiências individuais ou de pequenos grupos e a organização curricular trata de um currículo centrado nas relações entre as pessoas; e a terceira e última tendência é a Dinâmica-Dialógica, em que sua teoria curricular é sobre o resgate dos conteúdos a partir de uma visão crítica e que contenha conteúdos que sejam provocadores de uma mudança social e

sua organização curricular trata de um currículo centrado na possibilidade de libertar as pessoas dos condicionamentos através do conhecimento (MOURA, 2002). Essas divisões de paradigmas são para ilustrar os diferentes pontos de vista em que autores que estudam currículos podem seguir, desde estudos focados na educação, como na primeira tendência, até estudos mais voltados a uma linha crítica de análise, tendo uma função ideológica em que o currículo deveria desempenhar.

Um currículo é formado por matérias, que seria um recorte do amplo campo do saber (por exemplo, Opinião Pública). A partir dessa matéria, criam-se as disciplinas, que são a expressão de um conjunto específico de conhecimentos dessa matéria (por exemplo, Técnicas de Relações Públicas, Teoria e Pesquisa de Opinião Pública, etc). O currículo mínimo contém matérias, enquanto um currículo pleno é formado por disciplinas oriundas das matérias (MOURA, 2002).

Segundo o estudo de Moura (2002) sobre o currículo de comunicação social, podemos verificar que "há diversas matérias/disciplinas [...] que tiveram sua origem no passado, em outros atos normativos" (p. 107). Isso quer dizer que, a construção das novas diretrizes curriculares para o curso não é feito um novo, mas sim recriado e atualizado sobre os currículos que já existem. No caso da disciplina de Relações Públicas Internacionais, ela não existia no último currículo de Relações Públicas, porém foi verificada a necessidade de passar esse conhecimento para os graduandos e, por isso, foi desenvolvida e colocada nas novas diretrizes curriculares do MEC, como veremos no próximo item. Ainda em seu estudo, Moura (2002) concluiu que "o currículo do curso de Comunicação Social influencia os acadêmicos, e, por consequência o futuro das profissões e o seu papel na sociedade" (p. 137). Isso só ressalta mais ainda a importância de uma mudança curricular do curso de Relações Públicas, atualizando-se para as novas exigências vindas do mercado de trabalho - como já vimos.

A organização do currículo de comunicação social possui uma tendência técnico-linear, uma vez que suas matérias e disciplinas são estabelecidas por atos normativos, além de haver a preocupação com questões profissionais. Porém, o curso de comunicação social também possui uma preocupação clara em relação a questões de caráter social e humanístico na formação de seus profissionais, caracterizando uma tendência circular-consensual. Apesar dessas constatações, o curso também poderá abordar a tendência dinâmico-dialógica - tudo vai depender do professor escolhido para ministrá-la (MOURA, 2002).

4.1 *As novas diretrizes do Ministério da Educação para o currículo de Relações Públicas*

Como vimos anteriormente, devido ao novo cenário globalizado e do acelerado avanço das tecnologias da comunicação e da informação, "o mercado e a academia devem ter na mente e ante os olhos uma revolução das relações públicas, repensando suas práticas e seus conceitos" (KUNSCH, W., 2006, p. 56). Pensando nisso, no ano de 2013, o MEC (Ministério da Educação) definiu novas diretrizes para o currículo de Relações Públicas no Brasil, já que "desde 1962, o ensino de Comunicação Social, em nível de graduação, foi regido por um currículo mínimo homologado pelo Ministério da Educação - MEC" (MOURA, 2002, p. 77).

Atualmente, o curso de Relações Públicas é regido

pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que define suas atividades específicas. Conta com o Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968, que aprova o regulamento da Lei nº 5.377. Convém salientar que a referida lei não define claramente as atribuições da área, que estão compreendidas no capítulo II, artigo 2º, resumidas em cinco itens. Quanto ao Decreto, as atribuições da área são mais específicas, com sete indicações. Para exercer a profissão de Relações Públicas também é necessária a graduação na área em instituições de ensino reconhecidas pelo MEC. (MOURA, 2002, p. 109)

Teobaldo de Souza Andrade pode ser considerado o precursor das Relações Públicas no Brasil, uma vez que foi o cofundador do primeiro curso superior, instalado na ECA-USP em 1967 e autor do primeiro trabalho acadêmico da área em 1962 intitulado "Relações Públicas no governo estadual", sua monografia (KUNSCH, W., 2009).

Segundo o Parecer Homologado do Ministério da Educação, viu-se uma "imperiosa necessidade de atualização de seus [Cursos de Graduação em Comunicação Social] parâmetros básicos de organização pedagógica". Para isto, foram dados dois motivos principais: "de um lado, devido às intensas mudanças sociais, nas bases tecnológicas e nos próprios fazeres do campo da comunicação; de outro, devido ao desenvolvimento do campo científico da comunicação". No campo das relações públicas, essa mudança é ainda mais evidenciada. (2013, p.1) Conforme o documento:

o momento atual encerra grande desafio no campo da comunicação voltada para as organizações, uma vez que os redirecionamentos precisam contemplar essa nova realidade vivida pelas organizações e também pela sociedade em geral, ou seja, a emergências de novas formas e meios de comunicação digital e exigências políticas de uma sociedade plural, democrática, fundada na diversidade. O crescimento das práticas de relações públicas, portanto, exige - sob os pontos de vista técnico, estético e ético - profissionais com novas competências. (2013, p.1)

Analisando esse novo cenário globalizado e a pluralidade da sociedade atual, o Ministério da Educação, a partir desse documento, afirmou o compromisso de que as Relações Públicas devem ser repensadas e analisadas a partir deste novo contexto, pois são exigidas novas competências para este profissional. Por isso, viu-se a necessidade de criar novas diretrizes para os currículos de Relações Públicas, para que as instituições de ensino brasileiras sejam capazes de formar profissionais capacitados que atendam às novas demandas.

Para que fosse possível formular as novas diretrizes para o curso de Relações Públicas, no ano de 2010, foi instaurada uma Comissão de Especialistas formada por sete integrantes, com representação regional e atuação acadêmica e profissional reconhecidas. São eles: Margarida Maria Krohling Kunsch (presidenta), Cláudia Peixoto de Moura, Esnel José Fagundes, Márcio Simeone Henriques (relator), Maria Aparecida Viviani Ferraz, Paulo Roberto Nassar de Oliveira e Ricardo Ferreira Freitas. Como estratégia, a Comissão estabeleceu consultas virtuais e audiências públicas em cada região brasileira, contando com a participação de estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil. (2013)

O Ministério da Educação entendeu que, devido aos processos sociais e culturais em decorrência da globalização, foi preciso colocar em debate as ações de comunicação, pois é necessário refletir e renovar as práticas e identidades profissionais e sociais da comunicação devido aos avanços técnicos que a comunicação tem atingido. O mercado de trabalho do profissional de comunicação tem mudado, colocando em discussão todos os procedimentos técnicos tradicionais em que a profissão se encontrava. Por isso, "estabelecer a importância das relações públicas na sociedade contemporânea requer a compreensão das configurações sociais, econômicas, tecnológicas, políticas e culturais, que emergem da globalização econômica (...)" (2013, p. 3-4). Assim, a atividade dos profissionais de Relações Públicas deve ser analisada além das fronteiras estabelecidas entre países, pois sua influência ocorre em nível mundial, uma vez que a globalização facilitou a troca de informações e o modo de consumo da sociedade.

Diante da globalização (econômica) e da mundialização (cultural), as diversas variáveis de relações que se estabelecem nas esferas públicas e privadas - por conta dos processos, imbricados e complexos, típicos da realidade contemporânea - apresentam possibilidades e oportunidades à atuação dos profissionais de relações públicas. (2013, p.4)

A formação acadêmica de profissionais de relações públicas, no Brasil, "está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há cinco décadas, cujas normas foram

estabelecidas há mais de quatro décadas" (MOURA, 2002 apud Parecer CNE/CES nº85/2013, p.7). Pelo longo tempo em que essas diretrizes curriculares foram criadas e pelo processo da globalização e das mudanças, econômicas e sociais, que ela gerou na sociedade e, na qual, a atividade de Relações Públicas está diretamente relacionada, foi percebido uma urgência e uma interesse na mudança do ensino e da prática da profissão. Essas transformações globais "pedem o estabelecimento de novas diretrizes curriculares, que consolidem as Relações Públicas como campo teórico e profissional atualizado com identidade fortemente definida a partir de teorias e práticas próprias (...)"(2013, p. 7).

No Brasil, a formação superior em Relações Públicas tem vigorado com uma estrutura curricular estabelecida há cinco décadas e de sucessivas reformas curriculares implementadas a partir de 1969 para formatação do curso de Comunicação Social e de suas habilitações - na qual Relações Públicas está incluída, ou seja, "a formação profissional universitária de relações públicas se estabeleceu no âmbito da Comunicação Social (...) e em conexão com as subáreas afins" (2013, p. 8). Por isso, o profissional de Relações Públicas deve estar alinhado com o conhecimento tanto geral, da comunicação, quanto específico, das organizações e Relações Públicas propriamente dita. Devido a isso, a profissão exige duas características essenciais para a formação do profissional: grande articulações em diferentes saberes e práticas, promovendo conhecimento em áreas gerais e específicas; constante atualização dessas articulações, devido às rápidas transformações e atuações do profissional.

A atividade de Relações Públicas deve estar ligada a uma comunicação integrada (filosofia que direciona a convergência das diversas áreas) com outras áreas do conhecimento, aliando-se às modalidades administrativas, interna, institucional e mercadológica da organização (KUNSCH, M., 2003). O Relações Públicas deve ser capaz de adaptar-se às diversas demandas da gestão organizacional e realizar atividades junto com outros profissionais, como administradores, de outras áreas da comunicação, entre outros, formando, assim, um profissional de Relações Públicas com uma visão ampla e geral, mas sem abrir mão de conhecimentos específicos da comunicação com os públicos.

A comunicação administrativa é aquela que acontece dentro da organização, no nível das funções administrativas, viabilizando todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes. Para que seja possível administrar uma organização é preciso planejar, coordenar, dirigir e controlar seus recursos. A comunicação interna consiste em ser uma ferramenta estratégica que nivele os interesses dos funcionários e da empresa, a partir do diálogo e da troca de experiências e informações. Seria um setor planejado, com objetivos bem definidos, sendo responsável pela interação da organização e seus funcionários. A

comunicação mercadológica está vinculada diretamente ao marketing de negócios, sendo o setor responsável por toda a produção comunicativa relacionada aos objetivos mercadológicos, tendo em vista a divulgação publicitária dos produtos e/ou serviços da empresa. Já a comunicação institucional é a responsável pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização, por meio de uma gestão estratégica de Relações Públicas (KUNSCH, M., 2003).

Os conhecimentos específicos da área de Relações Públicas não significam que o curso deve se distanciar dos outros cursos da comunicação, como jornalismo, publicidade e propaganda e cinema, por exemplo: “também é fundamental o conhecimento integrado das práticas jornalísticas, publicitárias, audiovisuais etc” (2013). Essa relação entre os cursos de comunicação é essencial, tanto para a formação do Relações Públicas, como para a formação dos outros profissionais dessa área, isso porquê eles dividem projetos de extensão, pesquisas e outras atividades didáticas. Por isso, a intenção de inovar o currículo de Relações Públicas não é separá-lo das outras formas, mas sim aprimorar seus conhecimentos específicos, sem prejudicar seus conhecimentos gerais. Por exemplo, tratando-se de comunicação institucional, uma das funções da comunicação integrada, é possível perceber que as técnicas estão alinhadas a outros instrumentos que convergem para formatar a comunicação da organização, como relações públicas, jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, publicidade e propaganda institucional, imagem e identidade corporativa, marketing social, marketing cultural e editoração multimídia (KUNSCH, M., 2003).

Para Margarida Kunsch (2003),

a comunicação integrada precisa ser entendida como uma filosofia capaz de nortear e orientar toda a comunicação que é gerada na organização, como um fator estratégico para o desenvolvimento organizacional na sociedade globalizada. Outra proposta é considerar que as relações públicas têm de atuar no contexto dessa comunicação integrada. (p. 179)

Devido a todos esses fatores fundamentais para a formação de um profissional de Relações Públicas apto a trabalhar num ambiente globalizado e que exige certos conhecimentos e aptidões, o Ministério da Educação desenvolveu novas diretrizes para o currículo de Relações Públicas vigentes no Brasil. Dentro das diretrizes nacionais do curso de Relações Públicas, há a organização geral e estrutura do curso. Neste tópico, são apresentados os princípios gerais. Aqui, seguem os cinco princípios gerais estabelecidos: projeto pedagógico e matriz curricular, no qual deverão contemplar o caráter estratégico das relações públicas, bem como sua formação humanística, crítica e ética; linhas de formação e regionalização, na qual entende que as instituições são livres para criar suas próprias linhas de

regionalização, condizentes com suas demandas sociais regionais e locais; articulação teórico-prática, onde afirma que a pesquisa é parte fundamental do desenvolvimento do profissional de Relações Públicas, no qual estabelece relações do conhecimento e análises da prática profissional e do mercado de trabalho; atualização, no qual as instituições devem oferecer condições para que os alunos desenvolvam conhecimentos e práticas em mídias digitais, além de que os docentes devem sempre se atualizar em fóruns e congressos, para que haja uma constante renovação no ambiente acadêmico, bem como incentivar as atividades de iniciação científica e extensão já na graduação; e, por último, autonomia e integração, no qual exige que o curso deverá garantir a autonomia do aluno, além de incentivar a integração de alunos com egressos e a troca de conhecimento entre eles e entre outros profissionais da comunicação.

No segundo tópico dos princípios gerais, o MEC estabelece a carga horária do curso, no qual deve ter, em sua totalidade, 3.200 horas, divididas em 2.800 horas para atividades didáticas, 200 horas para atividades complementares e, a grande mudança, 200 horas para estágio obrigatório supervisionado. Anteriormente a essa mudança, o estágio no curso de Relações Públicas era opcional para o estudante. O terceiro tópico diz respeito à obrigatoriedade das instituições de proverem uma estrutura laboratorial no qual o estudante possa desenvolver atividades práticas do curso.

No quarto tópico, há uma mudança significativa, em que afirma que o estágio supervisionado deverá ser uma obrigatoriedade da vivência profissional do estudante, já compondo a carga horário do currículo. O estágio deverá ser supervisionado por um profissional de Relações Públicas na empresa concedente, bem como contar com a orientação e avaliação das instituições de ensino e das unidades concedentes. O quinto tópico orienta sobre as atividades complementares, que poderão ser praticadas dentro ou fora das instituições de ensino, totalizando 200 horas. O último tópico sobre os princípios gerais é sobre os trabalhos de conclusão de curso, que poderão ser de duas formas: a primeira, uma atividade monográfica, individual, podendo ser de tema específico de relações públicas ou da comunicação em geral; e a segunda, de caráter prático, sendo um trabalho específico de Relações Públicas aplicado em uma organização, podendo ser individual ou coletiva, e ser documentada. Ambas as atividades devem ser supervisionadas e apresentadas a uma banca avaliadora.

O segundo item dentro da organização geral e estrutura do curso exige que o perfil do egresso seja um profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, tendo capacidade de negociação e liderança, entendimento do campo técnico-científico da comunicação, compreensão das problemáticas contemporâneas, percepção das dinâmicas socioculturais e

capacidade acurada de análise conjuntural, sendo capaz de analisar dados estatísticos, econômicos e sociais. O egresso deve ter como competências gerais: dominar linguagens e as técnicas utilizadas nos processos comunicacionais; promover a integração teórico-prática entre as diferentes áreas da comunicação e de outros campos do saber; atuar de maneira ética com os princípios de comunicação e de cidadania; e produzir conhecimento científico no campo da comunicação e de relações públicas. Como competências específicas, será exigido do egresso: desenvolver pesquisas, estratégias e políticas condizentes com os processos organizacionais; criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de Relações Públicas; sistematizar os repertórios necessários às práticas profissionais; utilizar técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas; realizar serviços de auditoria e assessoria de comunicação; atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e comunicação pública; administrar crises e promover ações para a preservação da imagem e da reputação de empresas.

No terceiro item do documento, a diretriz diz respeito à seleção e organização dos conteúdos curriculares. Os conteúdos deverão ser separados em quatro principais eixos: Formação Geral, Formação em Comunicação, Formação em Relações Públicas e Formação Suplementar. No primeiro eixo, da Formação Geral, deverá contemplar conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística, como conhecimentos de filosofia, sociologia, ciências sociais aplicadas, conteúdos gerais de economia, direito, antropologia, psicologia, estética e artes, ciência política, administração e de outras áreas do conhecimento. No segundo eixo, da Formação em Comunicação, deverá contemplar conhecimentos teóricos e aplicados das ciências da comunicação, principalmente àqueles com foco nos processos e práticas das Relações Públicas, contendo conteúdos como fundamentos teóricos da comunicação e linguagens, mídias e tecnologias. Já o terceiro eixo, da Formação em Relações Públicas, deverá contemplar conteúdos teóricos e aplicados para o entendimento da atividade de Relações Públicas como processo e como atividade profissional. Neste eixo, serão exigidos conhecimentos teóricos e técnicos que contemplem estudos sobre teorias organizacionais, sobre história e fundamentos das Relações Públicas, estudos sobre públicos e opinião pública, estudos sobre Relações Públicas no contexto nacional e internacional, estudos de comunicação pública e responsabilidade histórico-social, estudos de políticas, planejamento e gestão estratégica, estudos de planejamento e gestão de eventos, movimentos sociais, estudos sobre cultura organizacional, construção de imagem e estudos sobre as Relações Públicas no contexto de comunicação integrada. Além disso, também serão exigidos que o aluno, durante a sua formação, curse atividades didáticas em laboratórios especializados, para que

desenvolva pesquisas de opinião e de imagem, diagnóstico, planejamento e gestão estratégica de comunicação, planejamento e organização de eventos, gerenciamento de crises, comunicação em rede, portais corporativos e realização de projetos sociais e culturais. Por último, no quarto eixo, da Formação Suplementar, será exigido que a instituição contemple conteúdos de domínios conexos, que sejam importantes para a construção do perfil e das competências pretendidas pela instituição de ensino. Os estudos devem ser voltados para empreendedorismo e gestão de negócios, comunicação nos processos de governança corporativa, psicologia social, estatística, relações governamentais, ouvidoria e cerimonial e protocolo.

O documento continua com o item sobre avaliação e acompanhamento de certos parâmetros de qualidade, como a exigência de um corpo docente que agregue experiência prático-profissional à experiência acadêmica; incentivo à produção científica e de publicações; promoção de grupos de pesquisa em Relações Públicas; investimento da instituição para com seus professores; planos de carreira; infraestrutura adequada para operação do curso; contribuição do curso para desenvolvimento da cidadania; manutenção e atualização permanente de laboratórios e equipamentos técnicos; atividades de pesquisa e extensão; condições adequadas às atividades de supervisão de estágio; e, por último, ter uma biblioteca com títulos atualizados e acesso a bases de dados científicas.

Por fim, o documento finaliza com as assinaturas da Comissão e da Câmara de Educação Superior, em que aprovam o Projeto de Resolução, que está anexo ao documento do Ministério da Educação. A partir deste momento, as instituições de ensino deverão adequar o currículo do curso de Relações Públicas para essas novas diretrizes. No próximo item, iremos analisar quais universidades gaúchas já se adequaram ao novo currículo em seus cursos e como a disciplina de Relações Públicas Internacionais se encaixa nesse novo cenário.

4.2 O atual currículo das Universidades do Rio Grande do Sul e a disciplina de Relações Públicas Internacionais

Waldemar Kunsch (2006) afirma que, na história da atividade e dos estudos de Relações Públicas, muitos teóricos começaram a perceber a necessidade de ver a atividade como campo acadêmico, e não apenas como campo profissional, no qual envolveria "pesquisa e produção de conhecimento teórico e aplicado; reprodução desse conhecimento mediante o ensino; e aplicação das práticas no vínculo com o mercado profissional". (p. 58). Nesse

sentido, analisar e compreender o atual currículo de Relações Públicas nas universidades gaúchas, bem como analisar as disciplinas de Relações Públicas Internacionais que algumas disponibilizam, está no campo da reprodução de conhecimento mediante o ensino, segundo o autor. Assim, estaríamos percebendo a atividade no campo acadêmico e preparando o profissional para o futuro mercado de trabalho ou carreira acadêmica.

Para que fosse possível realizar o estudo, foram utilizadas duas metodologias: a Pesquisa Bibliográfica e a Análise Documental. A pesquisa bibliográfica é o planejamento inicial para qualquer tipo de pesquisa, pois apresenta as pesquisas anteriores já feitas sobre o assunto. Segundo Stumpf (2006), "é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação [...]" para que assim sejam utilizados num trabalho acadêmico. (p.51). Assim, o primeiro passo para a pesquisa bibliográfica deste trabalho foi procurar autores, livros e artigos que já tinham sido produzidos sobre o assunto de Relações Públicas Internacionais. Porém, poucos trabalhos acadêmicos já foram desenvolvidos sobre o assunto, por isso a dificuldade de conceituar o termo. A principal motivação para o desenvolvimento deste trabalho foi justamente ter pouco material didático sobre o assunto e a vontade da autora de desenvolver uma monografia que seja mais do que apenas receber o título de graduação, mas colaborar, de alguma maneira, com os estudos sobre Relações Públicas Internacionais. Nesse sentido, Stumpf afirma que

para pesquisas, o indivíduo precisa ser motivado no sentido desta ação. Para graduandos, mestrandos e doutorandos, a conquista do título é suficiente para desencadear o processo de pesquisa, mas é o desejo de esclarecer um assunto não suficientemente investigado que vai mantê-los motivados para atingir este objetivo. (2006, p.53)

Após a definição do assunto, das pesquisas iniciais e das palavras-chaves sobre o assunto, é importante delimitar o tema no tempo e no espaço, definindo o período e a área geográfica em que o estudo se dará (STUMPF, 2006). No caso da presente pesquisa, o espaço em que se darão as análises será o estado do Rio Grande do Sul, no Brasil, e o período será o da presente análise - primeiro semestre de 2016, buscando informações atualizadas sobre o tema.

Juntamente a essa técnica, a autora utilizou a Análise Documental, visto que interpretou a ementa das disciplinas e os objetivos do curso de Relações Públicas das universidades gaúchas que possuíam essa temática em seus currículos. No campo da educação, a análise documental pode ser "fonte de informação e indicador de metas ou

dificuldades encontradas no âmbito do ensino, nas áreas da docência, da aprendizagem e da didática" (MOREIRA, 2005, p. 269).

De uma maneira mais ampla, Moreira define que a análise documental "compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim" (2005, p. 271). No caso desta pesquisa, os documentos identificados e analisados estavam disponíveis na internet, na página oficial de cada instituição - já que a autora afirma que a pesquisa documental pode tanto se dar no ambiente físico, como bibliotecas e livrarias, como no virtual, por meio da internet. Yamaoka (2005) afirma que a internet é um meio rico em informações: "ela materializa algumas das marcantes características da nossa era, como a sobrecarga informacional, a fragmentação da informação e a globalização, todas provocadoras de estudos, pesquisas, discussões e polêmicas" (p. 146). A internet é repleta de materiais para se buscar, desde dissertações postadas nos sites oficiais das universidades até livros e artigos. No caso dos livros temos um material mais fragmentado, já que os disponíveis no ambiente online não são completos. A globalização também influencia na busca de informações na internet, pois podemos encontrar materiais de diversos países e línguas.

Fragoso (2011) afirma que existem dois tipos de análises sob a perspectiva dos fluxos, são elas: a primeira categoria é relativa à habilidade de busca e recuperação de informações a partir de enormes bancos de dados, enquanto a segunda diz respeito às capacidades de comunicação interativa presentes na internet. Tendo em vista essas perspectivas apresentadas pelo autor, podemos afirmar que a internet é um ambiente amplo e também perigoso para se buscar informações, já que na internet qualquer um pode disponibilizar materiais. A primeira habilidade dita por Fragoso diz respeito à habilidade de busca de informações na internet, pois como ela é muito vasta, pode-se encontrar qualquer tipo de informação – então, cabe ao pesquisador saber em quais sites buscar e quais palavras-chave utilizar, otimizando assim tempo de pesquisa. Além disso, também há os fóruns de discussões, em que os usuários colocam suas opiniões pessoais e discutem com outros usuários, a fim de esclarecer suas ideias. Por isso, a internet é um amplo ambiente de pesquisa, mas o pesquisador precisa estabelecer filtros diante das informações online.

Após a definida a metodologia, seguiremos a discussão sobre a relevância da atividade e dos estudos de Relações Públicas no contexto globalizado. Para Henriques (2009), há uma necessidade de controle social sobre um conjunto de funções bem definidas e com restrições para quem pode exercê-las, pois a profissionalização não se desenvolve apenas pela experiência que se tem na atividade, precisa-se de uma teoria e um estudo sobre a profissão de Relações Públicas. O autor afirma que devem ter duas condições:

a existência de uma *disciplina* e a existência de um *estatuto deontológico*. A primeira diz respeito à ordenação de um corpo teórico e prático que a torne socialmente reconhecível - que possua praticantes ou "discípulos" e seja passível de ser ministrado a novos praticantes. A segunda diz respeito às formas de exercício que são socialmente aceitáveis, materializadas em um conjunto de regras e princípios de conduta. (p.130)

Por isso, viu-se a necessidade de se estudar a disciplina de Relações Públicas Internacionais nas universidades, pois é neste ambiente acadêmico que se formarão os futuros profissionais, que devem estar alinhados com cada área de atuação da atividade, não apenas por viverem elas, mas por terem um embasamento teórico e serem capazes de formularem estratégias de acordo com os objetivos de cada organização. Nesse sentido, Moura (2002) afirma que "a graduação determina as características dos profissionais de acordo com o currículo implantado na época da realização do curso" (p. 82). Por isso, estudar a disciplina de Relações Públicas Internacionais no contexto globalizado é fundamental para desenvolver um profissional com as características exigidas dele.

Ferrari (2009) afirma que muitas classificações de Relações Públicas limitam-se "à exposição de técnicas e de propriedades midiáticas e no 'como-fazer' e não no 'ser' da atividade". (p.136) O profissional de Relações Públicas terá capacidade de exercer a profissão, de forma atualizada com todos os conceitos, quando encontrar, no campo acadêmico, suporte para tal, isto é, ter um estudo propriamente dito sobre o tema sugerido, e mestres capazes de passarem esse conhecimento adiante. Para Grunig (2003 apud Kunsch, M., 2006, p.65), deve-se ter uma fusão entre teoria e prática: "a teoria fornece uma estrutura conceitual para uma cultura profissional de relações públicas, que é (...) uma componente fundamental da administração em qualquer lugar do mundo". Então, é constatada a importância de se ter um conceito de Relações Públicas Internacionais universal, para que possa ser praticada por absoluto.

Pensando nessa nova necessidade do profissional de comunicação no mundo globalizado, este trabalho visa analisar o curso de Relações Públicas das principais Universidades Gaúchas para compreender como o assunto de Relações Públicas Internacionais vem sendo abordado para preparar os futuros profissionais para que eles tenham capacidade de gerenciar estratégias comunicacionais frente a organizações globalizadas. As Universidades do Rio Grande do Sul que possuem o curso de Relações Públicas em seu portfólio são: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade FEEVALE, Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

(PUCRS), Universidade de Caxias do Sul (UCS), Universidade Ritter dos Reis (UNIRITTER) e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Dessas universidades, as que possuem a disciplina de Relações Públicas Internacionais em seus currículos são: FEEVALE, PUCRS e UNIRITTER. As que não possuem a disciplina são: UNISC, UNISINOS, UCS e UFSM. Já a UFRGS, no atual currículo vigente, durante a elaboração deste trabalho, não possui a disciplina - porém, no novo currículo de Relações Públicas que será posto em prática a partir do primeiro semestre de 2017, a disciplina começará a fazer parte do cotidiano dos alunos do curso³.

Para uma melhor análise das disciplinas, foi estudada a ementa da disciplina de cada universidade que possui Relações Públicas Internacionais em seu currículo. Para isto, foi criado um quadro com as informações de cada curso, com a ementa e dados adicionais:

Tabela 1: Ementa da disciplina Relações Públicas Internacionais das Universidades Gaúchas que a possuem em seu currículo

Universidades	Ementa
FEEVALE	<p>Aborda as relações internacionais; estuda as relações públicas voltadas para o contexto internacional.</p> <p>Programa de Aprendizagem:</p> <p>Cenário mundial atual. Globalização e regionalização. Empresas globalizadas, multinacionais, transnacionais. Administração e gestão internacional. Comunicação Internacional. Cultura em outros países. Relações Internacionais e protocolo internacional. Marketing internacional. Relações Públicas internacionais. Cases de Relações Públicas internacionais. Gerenciamento de Relações Públicas internacionais.</p> <p>(Fonte: Site da FEEVALE)</p>
	<p>Estudo da globalização nas suas diversas facetas.</p>

³A autora deste trabalho, por ser aluna da UFRGS e estar envolvida na rotina acadêmica da Universidade, não cursou a disciplina, mas esteve presente em discussões sobre o novo currículo e o que mudará no curso.

PUCRS	<p>Compreensão dos principais fatos históricos do período moderno. Introdução à comunicação intercultural e internacional. Reflexão sobre economia internacional, diplomacia corporativa, diplomacia pública, imagem e reputação internacional, métricas em Relações Públicas internacionais. Estudo de casos de Relações Públicas internacionais.</p> <p>(Fonte: Site da PUCRS)</p>
UNIRITTER	<p>Culturas, globalização, semelhanças e diferenças. Panorama da atuação de Relações Públicas em outros países. Projetos de comunicação de integração comercial. As multinacionais e suas demandas internacionais das práticas das Relações Públicas. Cerimonial dos principais países de relações internacionais. <i>Cases</i> de Relações Públicas Internacional.</p> <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apresentar as possibilidades de atuação de relações públicas em organizações internacionais; • Analisar a atuação profissional em relações públicas em outros países; • Evidenciar ações de negócios internacionais; Instigar o aprofundamento do conhecimento discente sobre diferentes culturas face à globalização. <p>(Fonte: Site da Uniritter)</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Um fator comum a todas as ementas da disciplina de Relações Públicas Internacionais das três universidades é que todas constam com o estudo da globalização em seus programas. Além disso, todas as disciplinas, de alguma maneira, buscam analisar e compreender o papel das organizações globais e dos relacionamentos internacionais dos profissionais e das organizações. Isso só demonstra a relevância dos temas que foram tratados no início desse trabalho, pois a globalização econômica e a mundialização cultural estão cada vez mais

presentes no cotidiano empresarial e é de extremo interesse que essa lógica também faça parte dos estudos acadêmicos de Relações Públicas das universidades, pois as instituições de ensino são as responsáveis por desenvolverem as capacidades dos futuros profissionais, que irão se deparar com essas questões no mercado de trabalho e nas estratégias das organizações.

Para que seja possível uma melhor análise das disciplinas de Relações Públicas Internacionais dessas universidades, é importante que se entenda o contexto em que estão inseridas. A FEEVALE está situada na região metropolitana de Porto Alegre/RS, mais precisamente na cidade de Novo Hamburgo. A Universidade foi criada há mais de quatro décadas, devido a uma demanda da própria comunidade, e hoje leciona para as mais variadas áreas do conhecimento. Um dos principais objetivos da Universidade é o desenvolvimento da sua região. No dia cinco de abril de 2010, o Centro Universitário FEEVALE foi, oficialmente, credenciado pelo MEC como Universidade. De acordo com a FEEVALE, o profissional de Relações Públicas "estabelece e conduz estratégias de comunicação com o objetivo de promover a imagem das organizações que representa" (UNIVERSIDADE..., 2016). Além disso, o profissional deve promover, de maneira eficiente, um bom relacionamento entre a organização e seus diversos públicos, desenvolvendo assim uma atividade efetiva das funções de Relações Públicas e suas estratégias.

Ainda para a universidade, o perfil do profissional de Relações Públicas é de alguém capaz de gerenciar o relacionamento com diferentes públicos a fim de promover e suceder os objetivos estratégicos da organização. A universidade se propõe a desenvolver um profissional com postura crítica em relação à comunicação organizacional e que atenda às principais demandas da contemporaneidade. Além disso, será um profissional capaz de trabalhar na gestão de canais de comunicação; desenvolver planos de comunicação interna e externa; divulgar a missão, visão e valores da organização para seus diversos públicos; prevenir e gerenciar crises organizacionais; trabalhar com ouvidoria; organizar eventos e projetos sociais e culturais; e trabalhar com assessoria comunicacional nos três setores organizacionais (empresas públicas, privadas ou de terceiro setor).

Neste sentido, a disciplina de Comunicação e Relações Públicas Internacionais visa abordar as relações internacionais e estudar as relações públicas voltadas para o contexto internacional, além de abordar conceitos sobre globalização e regionalização. Conforme visto neste trabalho, a globalização é um dos principais fatores para a constituição da nossa forma de sociedade atual e por isso de extremo valor em estudos que se preocupam em compreender a atuação profissional numa escala maior do que a local. Analisando a ementa da disciplina com os objetivos do curso, podemos perceber que a disciplina se propõe a analisar o cenário

mundial atual, tratando de teorias da globalização e relações internacionais, comunicação e marketing internacionais e gerenciamento de Relações Públicas Internacionais, enquanto o curso se compromete em formar profissionais capazes de gerenciar relacionamentos com diferentes públicos, atendendo às principais demandas da contemporaneidade. A maioria dos objetivos do curso não condiz com a ementa da disciplina, visto que são conteúdos voltados, principalmente, para a comunicação organizacional em si e suas variáveis. Porém, por mais que a universidade não deixe explícito, podemos considerar que, ao se comprometer em capacitar profissionais para gerenciar o relacionamento com seus diferentes públicos, alinhados a atender as principais demandas da contemporaneidade, além de promover estratégias para os públicos da organização, podemos supor que o contexto global está inserido nessa aprendizagem, visto que a disciplina se propõe a estudar o papel do profissional de Relações Públicas no cenário internacional.

A Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), teve o seu marco inicial em março de 1931, com a criação do curso superior de Administração e Finanças. Em nove de novembro de 1948, a PUCRS ganhou o título de Universidade. Situada na cidade de Porto Alegre, a Universidade é uma instituição confessional católica e comunitária, tendo como Chanceler o Arcebispo de Porto Alegre. A PUCRS tem como objetivo do curso de Relações Públicas a premissa de formar profissionais da comunicação com "uma visão ética, humanística, histórica e crítica que, ao mesmo tempo, atendam às características do mercado de trabalho, acompanhando a evolução social, econômica, política e cultural da realidade nacional e internacional (...)" (PONTIFÍCIA..., 2016). A universidade possui uma preocupação em formar profissionais diferenciados e preparados para o atual cenário contemporâneo, por isso fundamenta o curso no relacionamento institucional, que ocorre no âmbito humano, digital e internacional. Aqui podemos perceber que, apesar de a universidade se preocupar com o mercado de trabalho e em como o profissional atuará, também investe no lado humanístico e social do cidadão.

Ainda para a universidade, o profissional de Relações Públicas pode atuar tanto em organizações públicas, privadas ou de terceiro setor; assessorias de imprensa e/ou de comunicação; agências de comunicação digital; institutos de pesquisa de opinião; e empresas de organizações de eventos. O curso se compromete a capacitar o estudante a interagir e intervir no relacionamento entre as organizações e seus públicos de interesse; posicionar e gerenciar a organização no espaço virtual, focando em ações de relacionamento digital; elaborar e implementar processos de comunicação e avaliações de resultados; e desempenhar

o papel de Relações Públicas de forma humana e integrada com as diversas áreas do curso de Comunicação Social.

A disciplina de Relações Públicas Internacionais da PUCRS tem como ementa o estudo da globalização, a compreensão dos principais fatos históricos, reflexão sobre economia internacional, imagem e reputação no âmbito global e teorias sobre Relações Públicas Internacionais. Como já mostrado neste trabalho, a globalização é a principal responsável pela nossa constituição como sociedade e, conseqüentemente, pela relação das organizações com seus públicos para além do global. Por isso, estudar esse conceito é de extrema importância para ser capaz de desenvolver um profissional apto a atuar internacionalmente como um Relações Públicas. É possível observar, nos objetivos do curso, que a universidade se compromete em profissionalizar esse estudante a gerenciar o relacionamento das organizações e seus públicos de interesse, de uma forma humana e ética, também utilizando ferramentas digitais a fim de criar um bom relacionamento com seus públicos no ambiente virtual – que é, hoje, a principal ferramenta para se comunicar com todo e qualquer tipo de público, principalmente com aquele em que está distante fisicamente da organização.

Por último, a Uniritter foi fundada em 1971 pelo educador Romeu Ritter dos Reis, tem como missão construir conhecimento, formar profissionais qualificados e cidadãos éticos. A Universidade possui dois campi, um em Porto Alegre/RS e outro em Canoas/RS, sendo o campus da capital gaúcha o principal. Os objetivos do curso de Relações Públicas da UNIRITTER, do campus de Porto Alegre/RS, é formar um profissional que seja capaz de atuar na área de comunicação e na gestão de empresas, ou seja, focado no mercado de trabalho, que tenha uma visão estratégica e integrada e construa ações efetivas e inovadoras. Além disso, a universidade se compromete em desafiar o aluno em situações reais do mercado de trabalho, que envolvam projetos, planejamentos, execução e avaliação de resultados. Além disso, a universidade apresenta, como diferenciais, o convênio com empresas para que o aluno vivencie o mercado de forma real e o aprendizado em uma Agência Experimental de Comunicação Integrada presente na própria universidade, comprovando que o aluno terá a capacidade de se desenvolver como um profissional para o mercado de trabalho. Assim, a universidade apresenta o curso, em seu site principal, como um curso voltado a desenvolver um profissional para atuar no mercado e em empresas, mas não demonstra espaço para pesquisas científicas e acadêmicas na área.

Analisando os objetivos do curso com a ementa da disciplina de Relações Públicas Internacionais, que se compromete a apresentar as possibilidades de atuação do profissional,

além de analisar esse profissional em outros países, podemos perceber que tanto o curso quanto a disciplina estão voltados a capacitar o estudante a se tornar um profissional mais prático, analisando empresas multinacionais e suas demandas internacionais de Relações Públicas. Pela análise da ementa e do curso, podemos afirmar que a UNIRITTER se compromete em formar um profissional mais técnico e apto para atuar no mercado de trabalho, e não foca tanto para produções acadêmicas e reflexões teóricas. Porém, averiguando a ementa da disciplina, é possível perceber a preocupação da instituição de ensino com o ensino da globalização e de instigar aprofundamento do conhecimento discente sobre diferentes culturas faces à globalização.

Comparando as três universidades que contém a disciplina de Relações Públicas Internacionais em sua grade curricular⁴, UNIRITTER, PUCRS e FEEVALE, é possível perceber a semelhança na preocupação em estudar e compreender as teorias e implicações da globalização e da mundialização cultural na atual sociedade e contexto em que estamos inseridos. Além disso, podemos, também, observar o comprometimento das três universidades em desenvolver e capacitar profissionais voltados, essencialmente, para o mercado de trabalho e sua atuação profissional na prática. Pela análise das ementas dos cursos e dos objetivos do curso, podemos afirmar que, apenas a PUCRS, de uma maneira não tão explícita, é a única universidade que demonstrou uma preocupação no desenvolvimento de pesquisas na área acadêmica de Relações Públicas Internacionais. Apesar disso, nenhuma das três universidades

⁴ No caso das Universidades que não possuem a disciplina em seu currículo, a UNISC explicou que a disciplina de Relações Públicas Internacionais e o Mercosul (como consta no sistema da instituição) foi pensada para ser ofertada apenas se houvesse solicitação especial por parte dos alunos de Relações Públicas, porém isso nunca aconteceu. A UNISINOS compreende que o ensino de Relações Públicas Internacionais não se desenvolve em uma atividade - porém, a Universidade propõe intercâmbios como vivências em outras culturas, e, assim, compreender o papel relacional com as organizações a partir da comunicação. A UCS não consta com a disciplina de Relações Internacionais em seu currículo, mas aborda o assunto na disciplina de Relações Públicas - Profissão e Prática, onde apresenta aos alunos as diferentes possibilidades de atuação do profissional. A UFSM e a UFRGS, por serem universidades públicas e, por isso, terem que arcar com certos processos burocráticos, estão reavaliando os seus currículos. A UFRGS terá sua troca de currículo no primeiro semestre do próximo ano, no qual abordará a disciplina de Comunicação e Relações Internacionais em seu cotidiano acadêmico, com a ementa proposta: “Gestão da comunicação e relacionamentos e contextos globais. Administração e modos de operação das organizações em contextos multiculturais. Relações internacionais e negócios.”. O novo currículo ainda está tramitando internamente na universidade, por isso a autora deste trabalho não teve acesso a ele, apenas a possível ementa da disciplina, que ainda pode ser alterada. Já a ULBRA extinguiu o curso de Relações Públicas de seu quadro de cursos de graduação.

demonstra, neste tipo de análise, uma preocupação real em formar profissionais voltados para pesquisa e desenvolvimentos de materiais acadêmicos.

4.3 Análise da formação do profissional de Relações Públicas em novos contextos

Num cenário de economia globalizada, no qual a mundialização da cultura deve ser considerada, em que a dinâmica das relações interpessoais e organizacionais mudou, o papel do profissional de Relações Públicas também se transformou. Antigamente, os programas de Relações Públicas preocupavam-se com a opinião pública, gerenciamento de crises, comunicação interna, assessoria de comunicação, gerenciamento de relacionamentos, entre outras atividades, apenas no âmbito local e regional, levando em conta apenas os interesses da organização perante o seu público de interesse direto, como consumidores, funcionários e fornecedores, por exemplo.

Atualmente, essa lógica organizacional não se sustenta mais, pois o público de interesse da organização ampliou-se. Não são mais apenas as pessoas que se relacionavam, de alguma maneira, com as organizações. Não são mais apenas trabalhadores e familiares, consumidores, acionistas, investidores, terceirizados, etc, que contam como público de interesse da organização. Todos aqueles que, de alguma forma, podem produzir ou consumir informações a respeito da organização, por mais que não se encaixem nos conceitos pré-determinados citados anteriormente, também são interessantes para a organização. Isto porque, ao produzirem informações sobre as empresas, eles podem influenciar a opinião pública ou desencadear reações nos “públicos de interesse” no qual vão interferir nas relações da organização perante seus interessados. Com o advento da Internet e da comunicação digital, produzir e reproduzir informações ficou muito mais fácil. Por exemplo, um cidadão que não consuma refrigerante, pode ser de interesse para uma organização, pois ele pode influenciar algum familiar que trabalhe em uma fábrica/distribuidora, alguém que consuma refrigerantes, mas gostaria de parar, pode conhecer diretores importantes de empresas que se relacionam com a sua, entre outros fatores. Por isso, hoje em dia não se deve apenas vender seu produto para seus consumidores diretos, mas é preciso pensar e repensar a comunicação como um todo, criando políticas sociais, ambientais e éticas.

Nesse sentido, a atuação do profissional de Relações Públicas transformou-se, ampliou-se, e não se pode mais pensar as ações comunicacionais de uma forma tradicional. A globalização é uma das principais responsáveis por toda essa transformação na qual a

sociedade vive, pois facilitou o acesso à informação, além de que, aqueles que eram apenas os receptores da comunicação, também viraram produtores, influenciando a opinião pública. Não somente o processo da globalização foi o responsável por essas mudanças, mas também a mundialização estudada por Ortiz, uma vez que uma sociedade é composta por indivíduos que são dotados de cultura.

A globalização econômica, advinda do processo do capitalismo, transformou a sociedade e, com isso, transformou o profissional de Relações Públicas. Com a internacionalização das empresas e sua abrangência no campo de influência, suas ações e programas comunicacionais tiveram que ser repensados. A comunicação numa organização deve ser planejada e executada no âmbito global, pois a sua atuação como instituição, pública ou privada, do primeiro, do segundo ou do terceiro setor, vai muito além de onde está localizada fisicamente. Hoje, a população tem acesso a diferentes informações, a qualquer tempo, de qualquer lugar. Por isso, a estratégia de comunicação de uma organização deve contemplar tal abrangência.

Porém, devemos levar em consideração a mudança cultural e social que esse processo de globalização econômica também causou. Com o aumento das interações entre as sociedades, muitas culturas tiveram que se defrontar, estabelecendo um ponto de equilíbrio entre as sociedades e, talvez, até criando uma terceira cultura. As pessoas são dotadas de experiências e são influenciadas pelo ambiente em que vivem, por isso, para que uma atividade de Relações Públicas seja eficaz, deve-se levar em consideração muito mais do que pura e simplesmente os fenômenos financeiros e econômicos, mas também a cultura e a sociedade em que cada ação se dá, uma vez que o ambiente interno ou externo não são dissociáveis, isto é, ao se elaborar uma política de comunicação deve-se levar em conta todo contexto ao qual estes indivíduos estão expostos.

Para que esse profissional seja apto a desenvolver novas estratégias e tenha capacidade de atuar neste novo cenário, ele deve se especializar e se atualizar. Participação em cursos, congressos, palestras e pesquisas são de extrema relevância para que haja troca de conhecimento entre os profissionais da área. Além disso, também é importante que os profissionais de Relações Públicas estejam sempre produzindo novos trabalhos e conceitos para a área, que sofre influência diretamente de toda e qualquer mudança da sociedade. A profissão de Relações Públicas exige um profissional atento, atualizado e em constante mudança. Porém, apenas isso não é o bastante. É preciso que, cada vez mais, as universidades entendam que precisam, desde a graduação, preparar o estudante para os desafios da profissão. Por isso, é de extrema importância que as universidades tenham um currículo

sempre atualizado, oferecendo disciplinas e palestras que contemplem as exigências do mercado e da atuação acadêmica. Para Waldemar Kunsch (2009), "no *campo acadêmico*, as perspectivas das relações públicas brasileiras também estão se tornando cada vez mais promissoras, revelando um crescimento incessante (...)" (p. 33-34).

Além disso, "contribuir para o cumprimento dos objetivos globais e da responsabilidade social das organizações, mediante o desempenho de funções e atividades específicas, é outro desafio constante a ser considerado como meta das relações públicas" (KUNSCH, M., 2003, p. 90). Por isso, devido a todas essas mudanças que ocorrem na sociedade e em como as relações entre elas se dão, o profissional de Relações Públicas do século XXI tem muitos desafios pela frente, como o de ganhar o seu espaço no mercado de trabalho, bem como demonstrar a sua relevância estratégica para gestores, além de se adaptar às mudanças que vem ocorrendo devido às mudanças sociais e econômicas mundiais.

5 CONSIDERAÇÕES

O presente estudo teve como principal objetivo analisar a temática de Relações Públicas Internacionais nas universidades gaúchas, pesquisando sobre as novas diretrizes curriculares do Ministério da Educação para o curso de Relações Públicas e como as instituições de ensino o receberam, alterando o seu currículo e acrescentando a disciplina de Relações Públicas Internacionais ao seu programa acadêmico. Para que essa discussão fosse possível, alguns termos tiveram que ser estudados antes da pesquisa empírica do objeto em si, pois foi percebido pela pesquisadora que haviam muitos motivos que influenciaram nessa decisão do Ministério da Educação e, conseqüentemente, na adaptação das universidades gaúchas a essa nova temática, pois foi percebido de que apesar de ela não precisar ter uma disciplina própria, ela deveria ser estudada em pelo menos uma disciplina⁵, pois as discussões a respeito de como a globalização influencia nas relações da sociedade e, conseqüentemente, na atividade de Relações Públicas são enormes.

Inicialmente, discutiu-se sobre a globalização econômica e a mundialização cultural e como esses fenômenos transformaram a sociedade em que vivemos. Com essas mudanças, as organizações também tiveram que se adaptar a novos modelos de relacionamentos e posicionamento estratégico. Assim, o referencial teórico que foi utilizado no capítulo dois do trabalho ajudou a compreender o processo da globalização econômica, advinda do capitalismo, e a mundialização cultural, no sentido das mudanças sociais. Tais aspectos foram importantes para entender e justificar a importância da atualização da profissão de Relações Públicas, pois, como pudemos ver, as organizações também se internacionalizaram e, diante disso, surgiu a necessidade de ter um profissional da comunicação que possa entender o cenário em que a organização está inserida e, assim, formular estratégias específicas para os objetivos da organização.

Nesse sentido, os estudos iniciais do trabalho foram importantes para contextualizar o cenário em que o atual profissional de Relações Públicas se encontra. Para que fosse possível atingir o objetivo principal dessa pesquisa, também era necessário contextualizar o estudo, dissertando sobre o processo da globalização e de como ele transformou a sociedade em que vivemos e, conseqüentemente, mudou a lógica organizacional das empresas e posicionamento estratégico. Ao começar a pesquisar sobre o assunto, a autora descobriu que, além do termo

⁵ Para fins didáticos desta pesquisa, a autora resolveu estudar apenas a disciplina de Relações Públicas Internacionais, porém tendo a consciência de que as universidades podem lecioná-la em outras cadeiras, visto que ela é um conteúdo e não uma disciplina própria.

globalização, que é usado para estudar as mudanças do capitalismo econômico na sociedade, também era usado o termo mundialização, para tratar sobre as transformações culturais e sociais advindas do fenômeno econômico. Por isso, os dois termos foram estudados neste trabalho, já que ambos influenciam as sociedades de tal maneira a serem compreendidos pelo profissional de Relações Públicas. Foi constatado que esses fenômenos já fazem parte do cotidiano dos indivíduos e que ele não pode mais ser ignorado pelas organizações, que necessitam ampliar seus conhecimentos a fim de compreender a importância de um profissional de comunicação com visão global.

Para que fosse possível justificar a importância do profissional de Relações Públicas nesse cenário globalizado e mundializado, foram estudados os conceitos de Relações Públicas Internacionais - conceito dado para a atividade que acontece no ambiente internacional. Aqui, é fundamental ressaltar a dificuldade de achar uma bibliografia sobre o tema, pois ainda é um conceito recente. Por enquanto, no nível acadêmico, não existe uma unanimidade sobre a concepção do termo, por isso, para que fosse possível compreender da maneira mais exata possível, foi preciso recorrer a diversos autores e, a partir da definição de cada um, tentar formular um conceito próprio sobre o assunto.

Então, para finalizar o estudo, a autora apresenta, no capítulo quatro, a pesquisa empírica. Neste capítulo, foi apresentada os elementos e resultados da análise proposta no trabalho. Inicialmente, a proposta era estudar a atuação do profissional de Relações Públicas Internacionais e como este conceito vem sendo estudado nas universidades gaúchas (contexto no qual a autora está envolvida) para preparar o comunicador para o mercado de trabalho. A partir dessa vontade de compreender esse fenômeno, a autora se deparou com as novas diretrizes curriculares impostas pelo Ministério da Educação, percebendo, assim, que uma comissão de especialistas já havia entendido o novo papel do profissional, traduzindo seu pensamento no texto das novas diretrizes curriculares homologadas pelo Governo Federal em 2013. Para que fosse possível compreender as mudanças curriculares em que o curso está passando, atualmente, foi preciso entender os estudos já feitos sobre o currículo de comunicação social, que foram discutidos nesse trabalho.

Após a pesquisa e as análises realizadas sobre o assunto, foi possível perceber que as universidades gaúchas particulares que possuem o curso de Relações Públicas e a disciplina de Relações Públicas Internacionais já haviam atualizado o seu currículo para as novas diretrizes curriculares. As universidades, tanto públicas quanto particulares, que não possuem ainda a disciplina não foram estudadas mais a fundo nessa pesquisa, que tinha como objetivo principal a compreensão do conceito e de como ele está sendo estudado e ministrado. O

Ministério da Educação homologou o documento no ano de 2013, enquanto a pesquisa para este trabalho foi realizada no ano de 2016. Nesse período, foi possível perceber que apenas instituições particulares de ensino já haviam aderido às novas diretrizes curriculares, pois as instituições públicas possuem processos burocráticos que atrasaram essa atualização acadêmica. Porém, é importante ressaltar aqui que nem todas as universidades particulares que possuem o curso já atualizaram o seu currículo ou possuem a disciplina, mas as que já o fizeram são particulares.

Analisar as universidades gaúchas e ver como elas estão preparando os profissionais da comunicação para este novo cenário, através da disciplina de Relações Públicas Internacionais (novo conceito dentro da profissão para estudar a atuação do profissional em âmbito mundial e os efeitos da globalização) foi de extrema importância para a autora deste trabalho, visto que ela é influenciada, diretamente, pelas ações dessas universidades na cidade em que reside. Assim, é possível afirmar que as mudanças que a profissão exige já foram percebidas pelos responsáveis pela educação no Brasil e as universidades gaúchas estão se adaptando, ainda, para implantar o novo currículo e, assim, formar um profissional com visão globalizada capaz de atuar nas organizações, promovendo estratégias e as funções de Relações Públicas de uma forma eficiente.

Porém, mais importante do que a percepção de órgãos de educação, como o MEC e as universidades, é fundamental que essa mudança de pensamento também aconteça nos estudantes de comunicação, pois eles serão os futuros profissionais que colocarão esses estudos em prática ou desenvolverão mais estudos sobre os temas. Este trabalho teve o objetivo de ser mais do que um trabalho de conclusão de curso, pois a autora queria participar, de alguma maneira, com o desenvolvimento acadêmico da profissão, que ela acha tão escassa, pois em sua trajetória acadêmica na graduação não chegou a ter contato, nem como uma disciplina nem como uma aula em outra disciplina, com o assunto de Relações Públicas Internacionais. O conhecimento da autora se dá pela vontade de aprender sobre o assunto, buscando fontes de maneira pró-ativa e por sua conta. Por isso, a autora acredita que este trabalho deva contribuir para chamar a atenção para este assunto, além de servir como uma referência teórica para futuros estudos.

A globalização, a mundialização cultural, as relações de trabalho e de poder, as relações entre sociedades e cidadãos, estão acontecendo e é importante, para alguém que queira ser um profissional globalizado, conheça todos esses conceitos e como eles transformaram a sociedade em que vivemos. Além disso, é sempre importante ressaltar que não apenas as atividades de Relações Públicas alteraram nesse contexto globalizado, como as

demais profissões também. Ser um profissional globalizado de Relações Públicas requer humildade e conhecimento de que toda e qualquer ação que uma organização vá praticar influencia e sofre influência do contexto em que está, das pessoas que estão envolvidas e dos resultados que pretendemos obter.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor G. *La Globalización imaginada*. - 1 ed. - Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF, 1999.

COUTINHO, Luciano. In: *Globalização, regionalização e nacionalismo* / organizadora Flávia Arlanch Martins de Oliveira. - São Paulo: Editora UNESP, 1999. - (Prismas)

FERRARI, Maria A. 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.

FERRARI, Maria A. As dimensões locais das Relações Públicas internacionais: teorias e paradigmas. *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v.3, n. 5, 2006. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/72/205>>. Acesso em: 12 de abril de 2016.

FERRARI, Maria A. Relações Públicas: razões para praticá-las. *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 5, n. 10/11, 2009. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/197/297>>. Acesso em: 18 de abril de 2016.

FRAGOSO, Suely. *Métodos de pesquisa para internet* / Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral. - Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p. - (Coleção Cibercultura)

GORENDER, Jacob. In: *Globalização, regionalização e nacionalismo* / organizadora Flávia Arlanch Martins de Oliveira. - São Paulo: Editora UNESP, 1999. - (Prismas)

HENRIQUES, Márcio S. Relações Públicas: o futuro da atividade é o futuro da profissão? *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 6, n. 10/11, edição especial, 2009. Disponível em:

<<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/196/296>>.

Acesso em: 19 de abril de 2016.

IANNI, Octavio, 1926-. A era do globalismo / Octavio Ianni, - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. 342 p.

IANNI, Octavio. A era do globalismo. In: Globalização, regionalização e nacionalismo / organizadora Flávia Arlanch Martins de Oliveira. - São Paulo: Editora UNESP, 1999. - (Prismas)

IANNI, Octavio, 1926. Teorias da globalização / Octavio Ianni. - 2 ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. 228 p.

JUNIOR, Sergio J. A. A atuação do profissional de Relações Públicas em pequenas e médias empresas. *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 3, n. 5, 2006. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/75/208>>.

Acesso em: 13 de abril de 2016.

KUNSCH, Margarida M. K. Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil. *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 3, n.5, 2006. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/70>>. Acesso em: 14 de abril de 2016.

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada / Margarida Maria Krohling Kunsch. - edição revista - São Paulo :Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação; v.17)

KUNSCH, Margarida M. K. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. *Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 6, n. 10/11, edição especial. 2009. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/185/284>>.

Acesso em: 19 de abril de 2016.

KUNSCH, Waldemar L. Do mercado à academia: as relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006). *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v.29, n. 2, p. 55-87, jul./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/213/1174>>. Acesso em: 20 de abril de 2016.

KUNSCH, Waldemar L. Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil. In: *Relações públicas : história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas* / Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. - São Paulo : Saraiva, 2009.

MAAR, Wolfgang Leo. In: *Globalização, regionalização e nacionalismo* / organizadora Flávia Arlanch Martins de Oliveira. - São Paulo: Editora UNESP, 1999. - (Prismas)

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Parecer CNE/CES nº85/2013, aprovado em 14 de março de 2013: Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=13344-pces085-13-pdf&category_slug=junho-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 09 de abril de 2016.

MOREIRA, Sonia V. Análise documental como método e como técnica. In: *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* / Jorge Duarte, Antonio Barros - organizadores. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2005.

MOREIRA, Sonia V. Espaços da comunicação: a atualidade da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v.33, n.2, p.17-32, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/590/551>>. Acesso em: 20 de abril de 2016.

MOURA, Cláudia Peixoto de. O Curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares / Cláudia Peixoto de Moura. - Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. 344 p. - (Coleção Comunicação; 21)

NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos; ALMEIDA JUNIOR, Licinio Nascimento de. Globalização e desterritorialização: reflexões preliminares sobre uma ideologia. ALCEU - v.7 - n.14 - p.96 a 116 - jan/jul. 2007.

ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura. Primeira edição, 1994. São Paulo: Brasiliense, 1994. 221 p.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. Site oficial. Disponível em: < <http://www.pucrs.br/>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

Saiba como é a vida dentro de uma fábrica de iPhones na China, Olhar digital. Disponível em: < <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/saiba-como-e-a-vida-dentro-de-uma-fabrica-de-iphones-na-china/57663>>. Acesso em: 26 de abril de 2016.

SILVA, V. Uma perspectiva internacional para as Relações Públicas. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 27, Rio de Janeiro, 2005.

SOUZA, Leticia Fontanella. Relações Públicas Internacionais: abordagens na era da globalização. 2006. 35 f. (Graduação em Comunicação Social - Relações Públicas) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2006.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação / Jorge Duarte, Antonio Barros - organizadores. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2006.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia/John B. Thompson; tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer. - Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. Site oficial. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL. Site oficial. Disponível em: <<http://www.unisc.br/portal/pt>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Site oficial. Disponível em: <<http://site.ufsm.br/>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Site oficial. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ufrgs/inicial>>. Acesso em 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS. Site oficial. Disponível em: <<http://www.unisinos.br/>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE FEEVALE. Site oficial. Disponível em: <<https://www.feevale.br/>>. Acesso em 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL. Site oficial. Disponível em: <<http://www.ulbra.br/canoas/>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

UNIVERSIDADE RITTER DOS REIS. Site oficial. Disponível em: <<http://www.uniritter.edu.br/>>. Acesso em: 13 de abril de 2016.

WAINBERG, Jacques A. As relações públicas internacionais e o novo ambiente global. In: Práticas acadêmicas em relações públicas: processos, pesquisas e aplicações/organizado por Cláudia Peixoto de Moura e Nelson Costa Fossatti. - Porto Alegre: Sulina, 2011.

WAKEFIELD, R. Interdisciplinary theoretical foundations for international public relations. In: International public relations: a comparative analysis/organizado por Culbertson, H. e Chen, N. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers, 1996.

WORLD VALUES SURVEY Wave 6 2010-2014 OFFICIAL AGGREGATE v.20150418.
World Values Survey Association (www.worldvaluessurvey.org). Aggregate File Producer:
Asep/JDS, Madrid SPAIN.

YAMAOKA, EloiJuniti. O uso da Internet. In: Métodos e técnicas de pesquisa em
comunicação / Jorge Duarte, Antonio Barros - organizadores. - 2. ed. - São Paulo: Atlas,
2005.