

Aspectos sobre relações públicas internacionais, cultura e linguagem¹

Anely Ribeiro²
Universidade Federal do Paraná

Resumo

O estudo procura refletir sobre bases conceituais interdisciplinares, com ênfase nos aportes de relações públicas internacionais, a influência da cultura em contextos transfronteiras e a linguagem em ação, na perspectiva pragmática intercultural sobre os enunciados que permeiam a interação organização e públicos. O planejamento de ações comunicativas dos falantes organizacionais em contextos interculturais necessitam levar em consideração o estudo lingüístico e a cultura em suas variações estruturadas nas sociedades e nações específicas.

Palavras-chave: relações públicas internacionais; cultura; linguagem

1 Introdução

A investigação sobre o tema das relações públicas internacionais está merecendo mais atenção científica dos estudiosos, englobando linhas conceituais e interfaces que possam trazer sustentação interdisciplinar no aspecto teórico-empírico. A antropologia e a lingüística através de estudos da cultura e da linguagem são aportes teóricos fundamentais para delinear reflexões sobre linhas conceituais das relações públicas internacionais. Portanto, a finalidade desse trabalho é expor algumas correntes teóricas que possam nortear investigações futuras sobre a temática, considerando o planejamento dos falantes organizacionais em contextos interculturais.

2 Relações públicas internacionais

A definição de relações públicas internacionais vem sendo modelada, sofrendo revisões e aperfeiçoamentos diante da busca de soluções que envolvem o comportamento humano na ação comunicativa ante o processo de globalização/mundialização vigentes.

Um dos pontos de partida da análise é a proposta de Wakefield (1996, p.17-30) na obra *International Public Relations: a comparative analysis* (CULBERTSON e CHEN,1996) no qual o autor apresenta um modelo para estudar as relações públicas internacionais, a partir da teoria interdisciplinar, dividida em quatro grandes partes:

- a) teorias da pós-modernidade e sociedade global que estão inseridas no domínio da sociologia, das áreas da humanidade e das relações internacionais;

¹ Trabalho apresentado ao NP 05 – Relações Públicas e Comunicação organizacional, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM.

² Professora Mestre, – Curso de Comunicação Social Habilitação em Relações Públicas da UFPR. Membro do grupo de Pesquisa – CNPQ – Linguagem e Cultura da UFPR.

- b) teorias do desenvolvimento cultural, proveniente da antropologia;
- c) teorias do gerenciamento, derivadas das escolas de negócios internacional e
- d) teorias da comunicação.

Para este autor não há um consenso em torno dos conceitos de relações públicas internacionais nos estudos já desenvolvidos. Para ter uma visão abrangente das possibilidades teóricas das partes desenvolvidas por Wakefield na obra, consideramos didático expor a seguir quadro completo.

| MODELO PARA ORGANIZAR A PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS | | | |
|---|---|---|---|
| TEORIAS DA SOCIEDADE GLOBAL | TEORIAS CULTURAIS | TEORIAS DO GERENCIAMENTO | TEORIAS DA COMUNICAÇÃO |
| <ul style="list-style-type: none"> • “População global” conceito (Mc Luhan – 1964): Sociedade interagindo com mais frequência • Teoria pós-moderna: globalização ocorrendo, mas não homogeneização ou integração (Featherstone, 1990). • Divergência / convergência: debate de avanços que unificam diferenças exageradas no mundo (Hennessy, 1985). • Resultado é turbulência: conflito, competição e incertezas (Robertson, 1990; Lesly, 1991). <p style="text-align: center;">β</p> <p>Cria necessidades para: 1 – estruturas adaptáveis; 2 – pesquisa formativa; 3 – resoluções de conflitos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Programação coletiva distingue cada grupo (Hofstede, 1980); • Dimensões culturais: individual/coletivo; força distante; risco de escape; masculino/feminino (Hofstede, 1980). • Teoria da aculturação: introduz a “terceira cultura” das pessoas (Adler & Graham, 1989; Ellingsworth, 1977). • Cultura é comunicação e comunicação é relações públicas (Hall, 1959; Sriramesch & White, 1992). <p style="text-align: center;">β</p> <p>Ilustra necessidade para: 1 – abrir sistemas de aproximação; 2 – diversidade de funcionários; 3 – coordenação global/local.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Teoria do gerenciamento comparativo: combina teorias organizacionais e culturais para criar estudos de gerenciamento internacional (Adler, 1983). • Teoria contingencial: “caminhando global”: abrir sistemas particularmente adequados ao ambiente internacional (Negandhi, 1983). • Debate da cultura livre versus cultura específica: estilos de gerenciamento frequentes na fronteira cultural (Bartlett & Ghoshal, 1989). • Teoria genérica/específica: combina visão global com prática local (Binkerhoff & Ingle, 1986). <p style="text-align: center;">β</p> <p>Mostra necessidade para: 1 – sensibilidade cultural; 2 – “terceira cultura” dos profissionais.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Teoria da dependência dos meios: imagens de outros países sobre os meios de massa (Manheim & Albritton, 1984). • Fluência da informação global – uma das maneiras para o desenvolvimento das nações ocidentais (Bagdikian, 1989). • Teorias da modernização/dependência: meios econômicos que facilitam ou dependem para o desenvolvimento das nações? • Meios são conduzidos por agendas dos ativistas (Herbert, 1992). <p style="text-align: center;">β</p> <p>Indica necessidade para: 1 – construção de relacionamentos; 2 – relações públicas pró-ativas.</p> |
| β | | | |
| DOMÍNIOS TEÓRICOS QUE POSSIBILITAM CONTEXTO PARA RP NA ARENA INTERNACIONAL | | | |
| TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS Teorias da Excelência (J. Grunig, 1992): <ul style="list-style-type: none"> • Relações Públicas de sucesso nas organizações reduzindo conflitos e construindo relacionamentos, se: <ul style="list-style-type: none"> - Apoiados no gerenciamento das R.P. - Organização respeitar os públicos e práticas de duas vias da comunicação com eles. - Gerente da R.P. participa “no círculo” do gerenciamento. - Organização respeitar a diversidade. | | TEORIAS CRÍTICAS (Creedon, 1992) <ul style="list-style-type: none"> • Ênfase na construção do gerenciamento e trabalho em rede, mas conduzido pelas R.P. efetivas. Teorias Genéricas/Específicas de R.P. INTERNACIONAIS (J. Grunig, 1992; Wakefield, 1994). <ul style="list-style-type: none"> • Mais testes efetivos das combinações global/local | |

Fonte: CULBERTSON, Hugh; CHEN, Ni. *Internacional public relations : a comparative analysis*. New Jersey, 1996. p.20., tradução: Anely Ribeiro.

Segundo Black relações públicas internacionais (1994, p.205) seria “a intenção de conseguir uma compreensão mútua, salvando um vazio geográfico, cultural ou lingüístico ou

todos eles”. O termo serve também para indicar atividades de relações públicas que se leva ao término ou tem importância positiva fora do país de origem.

Na abordagem europeia Van Ruler e Vercic (2003, p.155-172), em artigo publicado na Revista *Comunicação & Sociedade* destacam resultados de investigações sobre os fundamentos teóricos de relações públicas em países da Europa. O estudo destes autores iniciou em 1998, num debate com especialistas de relações públicas, “buscando respostas quanto a legitimidade da relações públicas na Europa”. A base do capítulo está ancorada no estudo Delphi, com a participação de 25 países, sendo que a maioria dos participantes foram acadêmicos. Os pesquisadores relatam que o termo relações públicas tem significado distinto entre os germânicos e eslavos “relações com o público e no público”, diferente do idioma inglês (p.159).

O artigo desenvolve linhas de pensamentos que divergem o estilo europeu do norte-americano, em torno de conceitos, características e implicações que o termo relações públicas tem na esfera pública, na opinião pública e na comunicação. Presume-se que tais estudos irão diferir das linhas de pensamento norte-americana também no que se prescreve como relações públicas internacionais. No entanto, a pesquisa nos países europeus conseguiu delinear uma descrição de quatro características das relações públicas europeias, que estão elencadas nos focos: “gerencial”, “operacional”, “reflexiva” e “educacional” (p.163-164). Os autores apontam que o destaque revelado nas características reflexiva e educacional não se encontram nas referências bibliográficas norte-americanas.

Do ponto de vista prático Black (1994) publicou em *Casos de Relaciones Públicas Internacionales*, quarenta casos de 15 países ganhadores dos “Premios de Oro Mundiales a la Excelencia de la International Public Relations Association” (IPRA Golden World Awards for Excellence). Os relatos compostos em capítulos seguem a metodologia de exposição do caso, planejamento, implementação e avaliação, com participantes de diversos países, entre os quais estão Estados Unidos, países da Europa, Quênia, Hungria, China e Filipinas. As linhas dos programas e projetos premiados, que algumas vezes extrapolam as fronteiras de tais países, agrupam em seus capítulos os seguintes aspectos:

- a) relações públicas empresariais;
- b) relações públicas sociais;
- c) relações públicas meio ambientais;
- d) relações públicas internas;
- e) relações públicas com a comunidade;
- f) transporte e energia;

- g) medicina e saúde;
- h) relações públicas institucionais;
- i) arte e cultura e
- j) relações públicas com os meios de comunicação internacionais.

Segundo Black (1994, p. 13), a obra inclui exemplos de diferentes países e cobre aspectos diversos da prática de relações públicas e desse modo declara:

Confirma el argumento de que la teoría y filosofía de las relaciones públicas es la misma en todo el mundo, aunque la planificación concreta y la implementación de un programa de relaciones públicas varía de acuerdo con el carácter social, religioso, cultural y económico del país donde se lleva a cabo. Ya es una tautología decir que las relaciones públicas pueden planificarse globalmente, pero han de desarrollarse localmente.

A revisão da literatura estrangeira sobre relações públicas internacionais recebeu contribuições de vários pesquisadores que abordam temas teóricos e práticos, tais como a diversidade cultural, postulados éticos, pedagogia na formação dos profissionais, posicionamentos dos indivíduos nos contextos global e local, meios de comunicação e sistemas políticos, dentre outros aspectos. Para esse trabalho, temos como uma das referências a seção cinco, editada por Heath (2001, p.625-689). Os capítulos de autores diversos tratam de analisar e aprofundar comparações sobre os contextos interacionais para a atuação profissional dos relações públicas em países entre os quais estão na União Européia, Estados Unidos, China, Rússia, Índia, Israel, etc.

Para este trabalho destacamos as abordagens analíticas discutidas no capítulo 56 de Taylor (2001)³. A autora constata que as relações públicas com públicos internacionais tornou-se uma realidade do mesmo modo para pequenas e grandes organizações. Aponta a necessidade que os profissionais devem ter para novas habilidades ao atuarem em comunicações amplas com tais audiências. A importância de relações públicas internacionais, segundo Taylor (p.629) reside em dois aspectos: o primeiro é que “servem de olhos, ouvidos e vozes das organizações”, constituindo-se em desafios e oportunidades para a negociação entre organizações e públicos. O segundo aspecto diz respeito a oportunidade, mesmo com incertezas durante o período de transição, servindo à organização e contribuindo para o desenvolvimento da comunicação em outras nações. Na abordagem da autora sobre a cultura e a linguagem enfatiza que os profissionais de relações públicas internacionais necessitarão “refletir as normas societal e cultural da nação anfitriã”. (p.630). Taylor organiza a pesquisa em quatro caminhos com várias oportunidades e desafios para os praticantes e pesquisadores.

³ Para melhores esclarecimentos ver no original TAYLOR, Maureen. International Public Relations: Opportunities and Challenges for the 21 st century. In: HEATH, Robert L. (Ed.) *Handbook of Public Relations*. USA: Sage Publications Inc, 2001. C. 56, p. 625-637.

A primeira linha de pesquisa em relações públicas internacionais amplia a idéia de relações públicas como atividade de comunicação simétrica como proposto por Grunig. A segunda tendência denominada “contextualizada” ou comparativa descreve práticas do profissional em várias partes do mundo, ancorado nos estudos desenvolvidos por Culbertson e Chen (1996). A terceira linha de estudos aborda questões da ética e pedagogia em suas diversidades educacionais entre países, além de levantar questionamentos sobre os postulados éticos que possam guiar as ações nos contextos interculturais. A abordagem final coloca o princípio fundamental para o desenvolvimento de novas teorias para as relações públicas que possam “transcender fronteiras nacionais”. (p.630).

Segundo a obra mencionada acima, constata-se que há carência de estudos comparativos sobre a atuação dos profissionais de relações públicas em organizações internacionais situadas na América Latina, considerando políticas estratégicas de comunicação, utilização de idiomas, aprendizado e adaptação aos aspectos culturais vigentes nas sociedades entre países de origem e anfitriões e considerações sobre os padrões éticos que guiam as atitudes e postulados do profissional em contextos internacionais.

Torna-se oportuno observar que o início das discussões teóricas, estudos empíricos de consultas aos mercados de diversos países e relatos de casos premiados apresentam um panorama divergente sobre a concepção das relações públicas no âmbito internacional. Ainda há uma escassez de estudos comparativos sobre relações públicas nos países do Mercosul. Em paper Scroferneker (s/d) relatou as primeiras manifestações concretas sobre o papel da comunicação no âmbito do Mercosul, que ocorreram com a realização do “Seminário Comunicação anos 90 – A Integração do Cone Sul”, em julho de 1990. A autora apresentou alguns projetos desenvolvidos na década de 90, pela FIERGS, Governo do estado do Rio Grande do Sul e o Grupo RBS, tendo como alvos principais os empresários, governantes e a sociedade em geral.

3 Cultura e linguagem

Quando Wakefield (1996, p. 22-24) identifica as teorias culturais, introduz o tema expondo que os pesquisadores ao estudarem os movimentos internacionais através da cultura afirmam que “ a cultura é um conceito incerto e ambíguo”, sobre o qual foram encontradas mais de 160 definições acadêmicas. No texto o autor indica as linhas de pensamentos de diversos autores, entre os quais se destacam Hofstede, Adler & Grahman, Hall, Negandhi, Featherstone Vercic, Sriramech & White.

Hofstede, um dos estudiosos que tornou seus trabalhos reconhecidos pelo mundo sobre a cultura societal e a cultura organizacional, em uma de suas obras *Culturas e Organizações* define cultura como:

Um fenómeno colectivo, uma vez que é, pelo menos em parte, partilhada por pessoas que vivem no mesmo ambiente social onde é adquirida. Podemos defini-la como a *programação colectiva da mente que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas face a outro*. (grifo do original). A cultura é adquirida, não herdada. Ela provém do ambiente social do indivíduo não dos genes. (1991, p.19)

O termo ‘programação mental’ para o autor designa os processos adquiridos, o que não significa que “as pessoas sejam programadas como computadores”. Isso significa que o comportamento do ser humano é apenas parcialmente pré-determinado pelos seus programas mentais, indicando que há a capacidade de transformação através de formas criativas e inesperadas de cada ser em seus ambientes sociais, durante o percurso da vida. A “programação” indica reações prováveis e compreensíveis em função do passado de cada um. Fica evidente para o autor que a personalidade de cada indivíduo constitui um conjunto único de programas mentais e a “aquisição” ocorre pela influência da programação coletiva cultural, juntando com experiências pessoais.

Pela corrente de Hofstede (ibidem p. 25-26) cada indivíduo pertence a vários grupos ou categorias em simultâneo, portanto, com níveis diversos de programação mental correspondente a diferentes níveis da cultura, tais como nível nacional, grupo regional e/ou étnico, religioso e lingüístico, nível de gerações diferentes, nível correspondente à origem, escolaridade e profissional e nível que se liga ao trabalho e à organização ou empresa.

O autor desenvolveu pesquisas analisando os valores da cultura da IBM em 50 países, partindo dos contextos culturais existentes nesses países e sua influência nas organizações, considerando as seguintes dimensões: “distância hierárquica”, “grau de individualismo ou coletivismo”, “grau de masculinidade e feminilidade” e “grau de incerteza”. Recentemente encontrou uma quinta dimensão entre culturas nacionais, ou seja, “orientação a curto prazo ou orientação a longo prazo”.

O recorte a partir das reflexões das abordagens teóricas envolve o nível lingüístico de diferentes sociedades vinculado às relações públicas internacionais, considerando que a cultura perpassa o campo da linguagem em uso e as ações de tais profissionais na atuação transfronteira. Entendemos, portanto, a linguagem como uma das expressões da realidade cultural na ação comunicativa das pessoas que compartilham visões de mundo e trocas/criações de experiências em cada nível cultural do meio social. Podemos imaginar como isso se processa entre sociedades e nações diferentes no aspecto cultural, buscando resultados

benéficos tanto para os anfitriões (nativos), quanto para os estrangeiros, do ponto de vista das relações de negócios entre organizações transfronteiras.

Como enfatiza Kramsch (1998, p. 3), os membros de uma comunidade ou grupo social não apenas expressam suas experiências; eles também criam experiências através da linguagem. O modo como as pessoas usam os meios impressos, falados ou visuais criam significados próprios que são compartilhados pelos grupos que pertencem. Nesse sentido, entra a análise pragmática intercultural onde se observam os tons e turnos de voz dos falantes e dos ouvintes e as expressões extra-lingüísticas dos gestos de mãos, faces e do comportamento corporal de saudações nas apresentações, trocas de cartões, oferecimentos de presentes e atos de assinatura de protocolos de negócios.

Cabe ao profissional de relações públicas internacionais ter conhecimento prévio das formas de expressões lingüísticas e extra-lingüísticas nos atos (in)formais para assessorar adequadamente os administradores a respeito dos hábitos, costumes e crenças dos interlocutores de países diferentes ao seu de origem. Para Oliveira (2002, p. 12) “os usos lingüísticos constituem sempre “ações intencionais”, cujas regras de emprego são moldadas de acordo com a multiplicidade de experiências históricas, sociais e culturais que caracterizam cada comunidade de falantes”. Respeitadas as regras de emprego da linguagem, evita-se, muitos mal-entendidos e gafes nos cenários interculturais de negociações.

Aliada aos estudos interculturais, cabe à abordagem pragmática da comunicação humana, conforme descreve Yule (1996, p. 3) “estudar o significado comunicado de um falante (ou escritor) e interpretado pelo ouvinte (ou leitor), procurando revelar as intenções dos enunciados e sua interpretação em um contexto particular e o que cada comunicado contém além do que foi dito”. O estudo da pragmática também explora como uma grande parte do que não é dito é reconhecido como parte do que é comunicado. No âmbito organizacional intercultural deve-se considerar que o falante de uma organização tem intencionalidade em suas ações comunicativas e necessita compartilhar visões de mundo de seu ouvinte, possivelmente pertencente a outro país com traços culturais distintos dos seus, havendo necessidade da busca de entendimentos para o bom êxito das negociações. Ou seja, o cenário é complexo, e exige mais do que o conhecimento de uma segunda língua, mas de conhecimento dos valores, crenças e costumes que permeiam a experiência de vida de seu interlocutor.

As organizações que operam em diversos países têm o desafio de conhecer em profundidade as características dos públicos estratégicos e seus sistemas de vida inseridos na cultura societal. O estabelecimento de relacionamentos favoráveis para o clima de operações

de negócios envolvem a criação e manutenção de relações com órgãos oficiais do governo, grupos de consumidores, intermediários, entidades de classe, empregados, órgãos da imprensa, organismos financeiros, dentre outros. Também deve-se mapear possíveis situações adversas ou conflituosas que possam ocorrer entre organizações e públicos. No tocante aos problemas que podem ser agravados conforme as condições de cada contexto intercultural de negociações Wilcox, Cameron et.al (2003, p.380) realizam algumas anotações sob a origem norte-americana em relação aos demais países: a) diferenças nas línguas e multiplicidade de línguas em alguns países; b) cadeias muito amplas de comando, extensiva ao país de origem; c) diferenças subentendidas e evidentes nos costumes; d) níveis de variação de desenvolvimento da mídia e das relações públicas; e) antipatia expressada pelas “multinacionais”, uma palavra pejorativa em muitos países e f) uma aversão fundada em fatores como orgulho nacional, relacionamentos passados, cobiça e apreensão, especialmente com respeito aos Estados Unidos, concernente às influências cultural, econômica, política e militar para o estrangeiro.

Pode ocorrer, com certa frequência, que as barreiras dos estereótipos ou “imagens mentais positivas/negativas” pré-concebidas a respeito de determinado país que se fará a interlocução propicie a criação de vieses, já nos contatos iniciais. O que pode combater a disseminação de estereótipos é a abundância de informações calcadas em enunciações verdadeiras por parte dos negociadores. O trabalho deve ser sistematizado e planejado pelo profissional de relações públicas internacionais com ações comunicativas pró-ativas sobre a imagem da organização e do contexto de origem, no caso, o país.

Para contextualizar o tema em discussão, há o exemplo da Embraco S A – Empresa Brasileira de Compressores, com sede em Joinville-SC, que possui plantas em países em vários continentes. Em entrevista à revista *Comunicação Empresarial* da Aberje (1999), o Diretor-Superintendente expôs o trabalho administrativo e comunicacional, em trechos relatados a seguir. No que tange aos estereótipos do país diz que “o Brasil, em muitas áreas deixou de estar presente no mercado internacional porque não era competitivo e conquistar essa posição leva tempo”. (p. 19). “ (...) A imagem do Brasil acaba tendo de ser vendida de uma forma ou de outra, temos que desmistificar visões distorcidas de que o Brasil é só futebol, biquíni, Copacabana e carnaval. E a gente sabe que não é fácil. O Brasil tem um potencial industrial tremendo”. (p.20).

Do ponto de vista do papel da comunicação organizacional, o entrevistado destaca:

A comunicação, nesse contexto, tem um papel fundamental porque nós queremos que a Embraco seja uma empresa única, mesmo lidando com culturas tão diferentes como as do Brasil, Europa, China, Estados Unidos e Ásia. Se nós não conseguirmos levar a mensagem de como é que pensa a

Embraco, vamos acabar tendo várias empresas diferentes. (...). A partir do momento em que a empresa se torna global e tem plantas em outros locais, o processo de comunicação tem que ser forte para assumir um papel estratégico. (ibidem, p. 18-19).

O estudo da comunicação intercultural, em específico da comunicação entre organizações, necessita dar atenção aos aspectos em que a cultura influencia o contexto da comunicação. A importância do contexto para a comunicação intercultural está vinculada a três assuntos básicos, de acordo com Samovar; Porter; Stefani (1998, p. 175-176): a) *a comunicação é governada por regras* e tais regras prescrevem comportamentos pelo estabelecimento apropriado e respostas aceitáveis ao estímulo da comunicação nos vários contextos, dentro de cada cultura. As regras de comunicação cobrem comportamentos verbais (turnos de fala, volume de voz e formalidade da linguagem e não verbais (toque, contato do olhar) e elementos da paralinguagem; b) *contextos específicos e regras apropriadas*, tendo como exemplos adequações necessárias em contextos diversos como sala de aula, banco, tribunal, casamento, funeral, dentre outros. Os mesmos determinam quais regras aplicar nas ações comunicativas e c) *as regras são culturalmente diferentes*. Embora as culturas possam ter cenários sociais com denominações semelhantes, empregam-se regras diferentes para envio de enunciados, tempo de fala, língua, expressões não verbais e controle do fluxo de comunicação em cada cultura.

Os estudos interculturais nos cenários de ação comunicativa de organizações que realizam negócios em vários países podem servir-se das investigações da pragmática intercultural ou contrastiva para analisar interpretações dos ouvintes/leitores, formadores de opiniões com relação a intencionalidade dos representantes organizacionais no uso da linguagem. Nesse sentido, a pragmática intercultural tem como exigência de uma parte, o empirismo e de outra parte, o encontro entre a pragmática e as diferentes tradições filológicas de estudos sobre linguagem coloquial. (HERNANDÉZ SACRISTÁN, 1999, p. 20).

Pode-se questionar como a linguagem coloquial interfere ou sofre interferência das enunciações mediatizadas pelas organizações com atuações interculturais, em contextos específicos. Qual é o papel das mídias no processo cognitivo de aquisição e criação de conhecimentos lingüísticos na interação falantes organizacionais e ouvintes/leitores de culturas diversas? Como a cooperação das ações comunicativas ocorrem nesses contextos?

Considera-se também a importância da interação pela polidez lingüística em relação a variabilidade da polidez social no contato face-a-face e em eventos cerimoniais nas comunicações de organizações interculturais. Segundo Escandell Vidal (1999, p. 138-140) ao tratar a tensão entre polidez e os princípios conversacionais, o emissor precisa “ter em conta

que seu enunciado adapte-se não apenas as suas intenções e seus objetivos, mas também à categoria e papel social do destinatário”. Nesse ponto, vale destacar a menção da autora ao se referir que a interação entre polidez e formas lingüísticas está vinculada às formas de tratamento ou *deixis social*, que cada sociedade e seus membros possuem dentro da escala social, de acordo com sua cultura.

4 Considerações finais

À primeira vista não podemos considerar aspectos conclusivos dos temas interdisciplinares tratados sumariamente nessa exposição. Pontua-se que a profundidade das investigações sobre relações públicas internacionais, em especial com culturas diferentes entre países do Mercosul, em consonância com a abordagem teórico-empírica da pragmática intercultural focada na comunicação organizacional intercultural possa ser desbravada sistematicamente.

A socialização e intercâmbio dos pesquisadores tem a possibilidade de contribuir, tanto do ponto de vista acadêmico no processo “ético-político” do uso da linguagem como do ponto de vista de mercado aos profissionais que atuam no gerenciamento de negócios entre países que compõem o Mercosul, dentre eles, os profissionais de relações públicas internacionais. Trata-se de um “caldo” substancioso, condimentado com especiarias de qualidade imprescindíveis aos interesses das relações entre cidadãos, sociedades e nações.

5 Referências

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

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

ESCANDELL VIDAL, M. Victoria. *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel S. A ., 1999.

DAMANTE, Nara. Uma língua em 4 idiomas. *Revista Comunicação Empresarial – Aberje*. São Paulo, ano 9, n. 32, p. 18-22, 3º trim., 1999.

HERNÁNDEZ SACRISTÁN, Carlos. *Culturas y acción comunicativa: introducción a la pragmática intercultural*. Barcelona: Ediciones Octaedro, 1999.

HOFSTEDÉ, Geert. *Culturas e organizações: compreender a nossa programação mental*. Lisboa: Edições Sílabo, 1991.

KRAMSCH, Claire. *Language and culture*. Oxford: Oxford University Press, 1998.

OLIVEIRA, Jair Antonio de. *Comunicação e educação: uma visão pragmática*. Curitiba: Protexoto, 2002.

RIBEIRO, Anely. *Relações públicas internacionais*. Seminário na disciplina Relações Públicas do Composto da Comunicação nas Organizações, nível mestrado em Ciências da Comunicação. Orientação: Prof^a. Dr^a. Margarida Maria Krohling Kunsch, ECA/USP: novembro de 1999. (Paper).

SAMOVAR A, Larry; PORTER, E Richard; STEFANI A, Lisa. *Communication between cultures*. 3^a ed., Belmont CA: Wadsworth Publishing Company, 1998.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. *O papel da comunicação na relação das organizações com o Mercosul*. CRP/USP, [s/d], (Paper).

TAYLOR, Maureen. International public relations: oportunities and challenges for the 21 st century. In: HEATH, Robert L. (Ed.). *Handbook of public relations*. U.S.A : Sage Publications Inc., 2001, c. 56, p.625-637, tradução: Anely Ribeiro, revisão: Aguirre Estorilio Silva Pinto Neto.

VAN RULER, Betteke; VERCIC, Dejan. Perspectivas européias das relações públicas. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: UMESP, nº 39, p. 153-172, 1º sem. 2003.

WAKEFIELD I, Robert. Interdisciplinary theoretical foundations for international public relations. In: CULBERTSON, M Hugh; CHEN, In: *International public relations: a comparative analysis*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996, cáp, 1, p. 17-30.

WILCOX, Dennis, CAMERON, Glen, et al. *Public relations: strategies and tatics*. U.S.A: Seventh, 2003.

YULE, George. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press, 1996.