

Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič

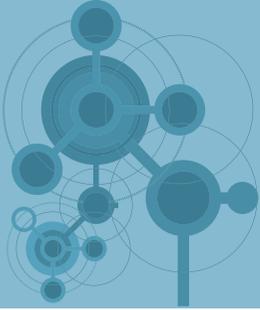
*The global public relations handbook:
theory research and practice*

**3. ed., Routledge
New York, 2019
266 páginas**



Maria Aparecida Ferrari

- Livre-docente, doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Graduada em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP) e em Relações Públicas pela Universidade Anhembi Morumbi
- Professora dos Programas de Pós-Graduação e Graduação da ECA-USP
- E-mail: maferrar@usp.br



Relações públicas globais: mais que nunca essenciais para o consenso na sociedade pós-contemporânea

Global public relations: more than ever, essential to consensus in post-contemporary society

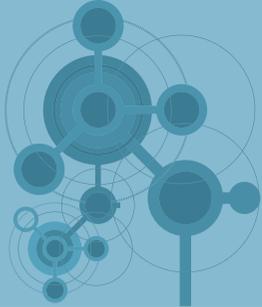
Relaciones públicas globales: más que nunca esenciales para el consenso en la sociedad postcontemporánea

As relações públicas globais vêm ocupando espaço significativo nas agendas dos cursos de relações públicas das mais importantes universidades ao redor do mundo, assim como nas práticas das empresas. O crescimento dessa função global se dá como resultado da intensificação das interações econômicas, políticas e sociais como fruto dos relacionamentos com pessoas de diferentes partes do mundo, de empresas de origens diversas e de organismos internacionais que controlam práticas comerciais dos blocos econômicos. Uma vez que diferenças culturais e a diversidade do planeta exigem o exercício da pluralidade de crenças, normas, valores e comunicação de todos os habitantes do planeta, as relações públicas globais passam a ser uma atividade relevante para o cenário multicultural.

A partir da década de 1980 surgiram os primeiros estudos de doutorado sobre relações públicas globais, principalmente advindos da Universidade de Maryland, nos Estados Unidos. Essas pesquisas vieram suprir uma lacuna de conhecimento e possibilitaram o início da produção de publicações específicas acerca das práticas das relações públicas globais. Isso porque os ambientes multiculturais obrigaram essa atividade profissional a dirigir seus esforços para entender os impactos dos sistemas político, econômico e social, a influência da mídia, principalmente digital e do ativismo e grupos de pressão junto a sociedade.

A primeira edição da obra *The global public relations handbook: theory research and practice*, organizada por Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič, foi publicada em 2003 pela editora Lawrence Erlbaum. Naquele momento, virada do milênio, grande parte do mundo estava comemorando entusiasticamente a era da globalização que havia tomado força nos anos 1990.

Na introdução da edição inaugural, Sriramesh afirmou que a globalização havia contribuído para o aumento da importância das relações públicas na sociedade e que era essencial para a profissão assumir o desafio de construir relacionamentos entre culturas, ampliando horizontes, tanto conceitualmente como nas práticas empresariais. Além disso, Sriramesh ressaltou que os dois principais fatores, que na época contribuíram para a era da globalização, foram o avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e a formação de blocos comerciais como o Nafta (1992), a Organização Mundial do Comércio, a partir de 1995 e que substituiu o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (Gatt) e a Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (Apec), estabelecida em 1989, como uma extensão da Associação das Nações do Sudeste Asiático (Asean).



A publicação da primeira edição da obra *The global public relations handbook: theory research and practice*, em 2003, também foi marcada pelo início das redes sociais e pelo lançamento do Myspace, do Skype e do LinkedIn. Essa edição proporcionou a estudantes, pesquisadores e profissionais de relações públicas a oportunidade de conhecer as práticas globais adotadas por diferentes países do mundo por meio das pesquisas de renomados autores.

Seis anos depois, em 2009, foi publicada a segunda edição, quando o mundo já mostrava outros contornos e mudanças, sendo uma das mais importantes a formação do bloco Bric pelos quatro principais emergentes mercados na época – Brasil, Rússia, Índia e China –, aos quais se juntou, em 2010, a África do Sul para formar o grupo dos Brics.

Nessa segunda edição, os editores K. Sriramesh e D. Verčič revisaram e ampliaram a obra, trazendo contribuições de outros pesquisadores, alguns deles que não haviam participado da edição inaugural. Com 951 páginas, o livro tem 44 capítulos, incluindo as perspectivas dos cinco continentes do mundo.

Em 2019 chegou a terceira edição impressa e, também, em formato de *e-book*, que mostrou, por meio de seu conteúdo, as mudanças ocorridas no mundo transcorridos dez anos entre a segunda e a terceira edição do livro. Agora a oposição é contra a globalização, não apenas dos países em desenvolvimento, mas também das nações desenvolvidas. Os Estados Unidos elegeram um presidente que fez campanha baseada em uma agenda nacionalista, condenando o livre comércio e a imigração. Na Europa, depois de derrubar dois primeiros ministros, o Brexit passou a ser uma realidade em 2020 no Reino Unido.

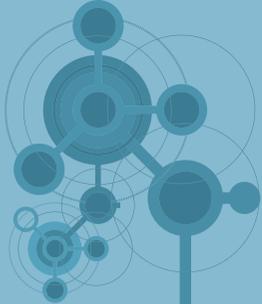
Quanto à tecnologia, a mídia digital, uma vez aclamada como facilitadora da democracia, provou que seu uso também pode ser usado para práticas não éticas, principalmente no caso da interferência confirmada pela Rússia nas eleições para presidente dos Estados Unidos em 2016. A falta de controle jornalístico, oferecido pelos canais tradicionais da mídia de massa, demonstrou ter levado à disseminação desenfreada de “notícias falsas” e da desinformação. Também se confirmou que grandes empresas de tecnologia violaram a privacidade dos usuários, de forma repetida e sem o consentimento informado.

As mudanças mencionadas e a reação negativa à globalização nas primeiras duas décadas do novo milênio foram o pano de fundo para a produção da terceira edição da obra, que está dividida em três seções e conta com 28 capítulos.

Vale o destaque para os dois organizadores, Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič, que, incansavelmente têm defendido as relações públicas globais como uma atividade vital para a sociedade pós-moderna. Sriramesh é indiano, e toda a sua formação acadêmica foi forjada nos Estados Unidos. Foi professor em várias universidades norte-americanas, passou por Jacarta, Nova Zelândia e atualmente é professor na Boulder University, no Colorado, Estados Unidos. Recebeu várias premiações e é autor de mais de uma centena de artigos e capítulos de livros. Dejan Verčič é professor da área de comunicação da Universidade de Ljubljana e também atua como consultor de comunicação, ambas funções na Eslovênia. Também é um autor profícuo e é o criador, juntamente com outros colegas, do famoso Congresso de Relações Públicas de Bled, realizado todos os anos na Eslovênia.

A terceira edição de *The global public relations handbook: theory research and practice* tem três seções, que tratam de temas inovadores.

A seção I apresenta os fundamentos conceituais das relações públicas globais, em cinco capítulos, que discutem como a ideologia política forma a base para o desenvolvimento econômico, a infraestrutura, a cultura social e organizacional. Tratam os sistemas de mídia desde a perspectiva internacional (incluindo TICs e mídias sociais), transnacional e global e qual é o papel das relações públicas globais. Em seguida, outro texto trata do nexo entre o ativismo e as relações públicas. A estrutura dos fundamentos permanece a mesma em relação às duas edições anteriores, sendo que os capítulos foram



revistos e ampliados para refletir as mudanças sofridas no mundo, além de contar com autores de renome no campo acadêmico.

A seção II apresenta 12 capítulos, que enfocam grandes e novos atores das relações públicas globais do momento, como associações globais de relações públicas, agências internacionais de relações públicas, governos, assim como organizações internacionais como a Organização do Tratado do Atlântico Norte (Otan) e a União Europeia (UE). Entre os capítulos, se destacam casos reais analisados sob a perspectiva das relações públicas. Vale ressaltar o texto que trata do poder e da influência das empresas familiares na Ásia, algo comum nessa região do mundo. Os grupos terroristas, as organizações ativistas não formais e até estados falidos, como a Coreia do Norte, também são abordados nos capítulos produzidos não apenas por pesquisadores acadêmicos, mas também por profissionais do governo, de organizações não-governamentais e executivos de comunicação de empresas.

A seção III desenvolve questões atuais e relevantes que enfrenta o mundo contemporâneo, incluindo os riscos e as crises, as mudanças climáticas, a diplomacia pública e o crowdfunding. São 11 capítulos, que apresentam as relações públicas globais como uma função estratégica a partir de diferentes situações, como os fortes laços culturais em que se destaca o capítulo sobre a proibição de touradas na região autônoma da Catalunha, Espanha.

Essa terceira edição também incluiu capítulos que apresentam dois casos sobre o uso de relações públicas transnacionais no setor governamental. O primeiro texto é sobre o governo federal canadense e o segundo descreve o envolvimento da agência inglesa de relações públicas Bell Pottinger com tráfico de influência com empresários na África do Sul.

A seleção dos assuntos e a organização dos capítulos cumpre com uma agenda da pós-modernidade, uma vez que os casos apresentados refletem práticas atuais de empresas privadas, organismos públicos, mostrando como as relações públicas globais, em algumas situações, se esforçam para cumprir seu papel de gatekeepers, enquanto que em outros capítulos se apontam deslizamentos e apoios a comportamentos não-éticos dos comunicadores na resolução de alguns casos.

Com certeza o conteúdo do livro servirá para motivar estudantes a desenvolver pesquisas e aos executivos para servir de guia em seus projetos estratégicos, principalmente porque parte dos autores é formada por profissionais da área e atores políticos de governos.

A terceira edição da obra reuniu 39 autores, que colocaram suas expertises a serviço das relações públicas globais. Acadêmicos, servidores públicos e profissionais que, com base em suas experiências acumuladas, oferecem reflexões, conceitos e casos de estudo que servem de exemplos a serem replicados, assim como críticas sobre as falsas promessas de alguns *spin doctors* que devem ser evitadas. Para aqueles que pretendem se dedicar às relações públicas globais, vale o esforço em praticar o idioma inglês e conhecer os ensinamentos presentes nos 28 capítulos do livro, em sua terceira edição.