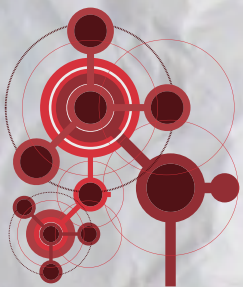


ENTREVISTA





Krishnamurthy Sriramesh

- Professor titular da Faculdade de Comunicação da Purdue University, de West Lafayette, Estados Unidos
- Prêmio de Excelência no Ensino Charles W. Redding, da Universidade de Purdue
- Prêmio Pathfinder do Public Relations Institute (PRI), dos Estados Unidos
- Autor e coautor de diversas obras de relações públicas
- Editor assistente da revista Public Relations Review e do Journal of Communication Management
- Membro dos conselhos editoriais de várias publicações especializadas
- Membro do Conselho Consultivo Internacional do Humidtropics
- E-mail: ksriramesh@purdue.edu

Relações públicas e multiculturalidade: a sinergia no ambiente contemporâneo das organizações

Public relations and multiculturality:
the synergy in the contemporaneous environment of the organizations

Relaciones públicas y multiculturalidad:
la sinergia en el ambiente contemporáneo de las organizaciones

Entrevistadora

Maria Aparecida Ferrari
Coordenadora do dossiê "Interculturalidade e organizações"

Tradução do inglês

Maria Cristina Ferrari

Foto

Extraída do *site* da Purdue University



Krishnamurthy Sriramesh é professor titular na Faculdade de Comunicação da Universidade de Purdue, nos Estados Unidos. Foi professor honorário da Universidade de Stirling, na Escócia. Desde 2008 atua como professor visitante na Università della Svizzera Italiana, na Suíça. É membro do Conselho Consultivo Internacional do Humidtropics, projeto do Consultative Group on International Agricultural Research (CGIAR), conduzido pelo International Institute of Tropical Agriculture (IITA), o qual destina aproximadamente US\$ 164 milhões para melhorar as condições de vida dos agricultores na África, Ásia e América Latina.

Ele é reconhecido por sua grande experiência na área de relações públicas globais, assunto que tem defendido desde a produção de sua tese de doutorado. Seu trabalho está voltado para a necessidade de reduzir o etnocentrismo no *corpus doctrinae* das relações públicas. Com este propósito, lançou, em 2003, o livro *Public relations in Asia: an anthology*, obra única sobre a matéria na Ásia. Seus principais interesses em pesquisa estendem-se também às temáticas de responsabilidade social, relações públicas corporativas e o uso das novas mídias em relações públicas.

Trabalhou como pesquisador e professor em dez universidades de quatro continentes e por seu trabalho foi agraciado com os prêmios Charles W.Redding Award for Teaching Excellence, da Universidade de Purdue, e Professor do Ano, da Universidade da Florida. Recebeu ainda várias condecorações por suas pesquisas, incluindo-se o Prêmio de Pesquisa Docente e o Prêmio Golden Gator, da Universidade da Florida, assim como o reconhecimento por ter produzido três dos melhores trabalhos em seis conferências internacionais. Em 2004 conquistou o prestigiado Prêmio Pathfinder do Instituto de Relações Públicas (IRP), dos Estados Unidos, pela "pesquisa acadêmica original associada ao corpo de conhecimento das relações públicas".

É coautor, com Dejan Vercic, dos dois volumes do *The handbook of global public relations: theory, research, and practice*, publicados em 2003 e 2009, respectivamente, tendo o primeiro volume recebido o Prêmio Pride da National Communication Association (NCA), dos Estados Unidos. Também é coautor, com Ansgar Zerfass e Kim Jeong-Nam, de *Current trends and emerging topics in public relations and organizational communication management* (Nova York, Routledge, 2013). Ainda com Dejan Vercic, produziu as seguintes obras: *Culture and public relations* (Nova York, Routledge, 2012); *Relaciones públicas globales: teoría, investigación y práctica* (Barcelona, University of Catalunya, 2012).

Sriramesh tem sido um incansável pesquisador, registrando em textos os conhecimentos sobre as relações públicas em aproximadamente cinquenta países. Até o momento já apresentou mais de oitenta trabalhos de pesquisa em seminários e palestras em mais de trinta países. Além de ter escrito mais de trinta capítulos em coletâneas de relações públicas, publicou quase uma centena de artigos nos mais renomados periódicos internacionais. É editor assistente da revista *Public Relations Review* e do *Journal of Communication Management*. Participa dos conselhos editoriais de várias publicações especializadas, entre as quais: *Journal of Communication*; *Journal of Public Relations Research*; *Management Communication Quarterly*; *Journal of International and Intercultural Communication*; e *The Encyclopedia of Public Relations* (2. ed.).

Por e-mail, Krishnamurthy Sriramesh concedeu esta entrevista a *Organicom*. Em respostas muito claras e instigantes, ele mostra como a sistematização do conhecimento na área de relações públicas, ainda jovem e em desenvolvimento, se vê diante de novas oportunidades e novos desafios com a globalização, também quanto à prática da profissão. Em termos de educação e de produção de conhecimento, a área está tendo de adaptar-se e crescer rapidamente, destrinchando de alguma forma suas raízes etnocêntricas e ampliando seu espectro de conteúdo e de atuação, dentro de um processo que ainda está a caminho. Na



entrevista, focando principalmente as relações públicas globais, o pesquisador define a "cultura" de forma ampla, pautando-se por uma visão de futuro. Declara que sempre foi um entusiasta de qualquer estudo empírico que aborde a relação entre cultura e as relações públicas. Para ele, necessitamos muito mais estudos do que hoje dispomos. "A cultura é frequentemente vista em nosso campo como reflexão posterior", diz, explicando que "as pessoas primeiro discutem o que chamam de 'relações públicas estratégicas' e só no final, se conseguirem se lembrar, talvez façam uma breve referência à cultura, embora a cultura seja a base para todo o processo de comunicação".

• • •

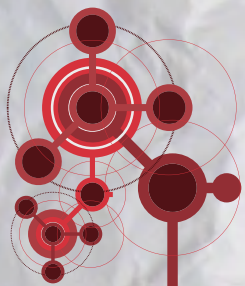
Organicom – Em uma perspectiva global, como o senhor vislumbra o papel das relações públicas nos âmbitos privado e público?

Krishnamurthy – Inicialmente, devo dizer que acredito em um crescimento exponencial na demanda por atividades de relações públicas em todo o mundo, tanto nas empresas do setor público como no âmbito privado, principalmente devido às mudanças advindas com o fenômeno da globalização. Essa demanda também se reflete no aumento do interesse global entre os universitários que desejam se especializar em relações públicas. O aumento da procura de relações públicas tem se dado em três frentes: os órgãos governamentais, as empresas privadas e as organizações sem fins lucrativos. A expansão das tecnologias de comunicação e informação, a queda das barreiras comerciais e o reconhecimento quase universal de problemas como o terrorismo e a contaminação do meio ambiente têm propiciado o incremento das interações entre os três setores da sociedade no mundo todo. Como resultado, notamos que se gerou maior comunicação entre nações, ampliando assim a importância das relações públicas globais.

Organicom – Em sua opinião, como a globalização afeta a prática de relações públicas nos setores privado e público?

Krishnamurthy – Até o momento, a prática e o ensino das relações públicas dedicaram maior atenção às atividades de relações públicas corporativas exercidas nas organizações privadas. Porém, com a globalização e a abertura de novos

“O aumento da procura de relações públicas tem se dado em três frentes: os órgãos governamentais, as empresas privadas e as organizações sem fins lucrativos”



mercados, especialmente na Ásia e na América Latina, vemos que se vislumbra uma perfeita oportunidade para que o corpo de conhecimentos de relações públicas amplie seu espectro de conteúdo e de atuação. Se você pensar na prática de relações públicas como um gráfico, as atividades que podem ser desenvolvidas para os governos e para o terceiro setor superam em grande medida o destinado às empresas privadas. Isto significaria que dois terços da atividade poderiam estar centrados nesses dois setores. Isto é especialmente verdadeiro quando excluimos os países ocidentais desenvolvidos, cujas experiências foram determinantes para o corpo de conhecimento da atividade durante os últimos 45 anos ou mais, ao teorizar as relações públicas. Afirmo que os pesquisadores de relações públicas não discutiram adequadamente o papel da área no setor público e, em sua tentativa de fazê-lo, não conseguiram aplicá-lo na prática também. Se o corpo de conhecimento tivesse se concentrado também em empresas do setor público, teria gerado conceitos e modelos de prática que seriam específicos para as necessidades específicas do setor público, tanto de governos quanto de organizações sem fins de lucro. Mas, agora, a globalização forçou a prática e o ensino, mormente quando consideramos os ambientes dos mercados emergentes, principalmente a Ásia e a América Latina, mas também alguns países da África. Assim, a globalização tem atuado como catalisador para aperfeiçoar a prática de relações públicas, tornando-a mais intercultural e, conseqüentemente, holística.

Organicom – Uma das principais funções das relações públicas é a manutenção dos relacionamentos entre a organização e seus "stakeholders". Em sua opinião, a globalização e a tecnologia influíram nos relacionamentos?

Krishnamurthy – Sim, a globalização influenciou no relacionamento entre as organizações e seus *stakeholders* das mais variadas formas. A mais óbvia é a constatação das organizações de que seus *stakeholders* não são culturalmente homogêneos. Se as organizações não alinharem seus valores e suas atividades com os valores e as expectativas de seus públicos culturalmente diversos, elas estarão fadadas a sofrer conseqüências, seja com a falta de apoio e até mesmo com a perda de sua reputação.

Organicom – No livro "Cultura e relações públicas: ilações e implicações", organizado por Dejan Vercic e o senhor, a cultura é caracterizada como um "antecedente para a prática de relações públicas". O senhor poderia nos expor sua opinião a respeito dessa importante premissa?

Krishnamurthy – Relações públicas é antes de tudo uma atividade de comunicação. Sabemos que a cultura influi no processo de comunicação. Conseqüentemente, a cultura influi também nas estratégias de relações públicas. Ao explicar a relação entre cultura e relações públicas, escrevi, na introdução daquele livro, que o elo entre a cultura e as relações públicas pode ser percebido em três níveis: 1) a cultura como antecedente para as relações públicas; 2) a cultura como resultado da atividade de relações públicas; e 3) as relações públicas em si mesmas como uma cultura. Como antecedente das relações públicas, a cultura oferece o "ambiente" em que as relações públicas são realizadas. Isto é, seres humanos (e também as organizações) são seres culturais que se criaram em uma cultura de uma determinada região (cultural-social). A aculturação faz com que os membros de uma sociedade se comuniquem de forma semelhante e, portanto, membros de diferentes sociedades comunicam-se de diferentes formas. Quando a comunicação acontece entre pessoas de diferentes sociedades (culturas), essas diferenças de cultura são manifestadas por meio de diferentes padrões de comunicação. Por isso pessoas de diferentes culturas tendem a praticar as relações públicas de modos diferenciados. É assim que a cultura funciona como um antecedente (ambiente) para a prática das relações públicas.



Organicom – *Quando pensamos em comunicação, imediatamente pensamos em cultura como o outro lado da mesma moeda. O equilíbrio dessa relação é compreendido pela maioria das organizações? Ou, em outras palavras, as organizações perceberam que tanto a comunicação quanto a cultura necessitam ser consideradas quando da interação com os “stakeholders”?*

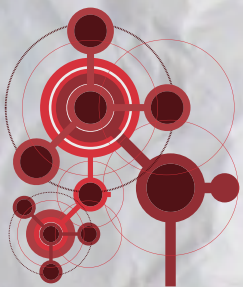
Krishnamurthy – Infelizmente, nem os profissionais e nem a maior parte dos estudiosos de relações públicas parecem reconhecer a importância de entender a cultura e seus impactos nas práticas das relações públicas. Evidencia-se tal fato pela infinidade de exemplos de graves equívocos de compreensão por parte dos profissionais. No que tange ao conhecimento, somente nos últimos dez anos vimos um esforço em desenvolver estudos direcionados ao tema da cultura como importante variável que influi nas relações públicas. Mesmo assim, “o copo parece estar meio vazio”, como se diz. Em outras palavras, as evidências disponíveis não nos oferecem provas suficientes de que as organizações compreendem a importância da cultura na construção de seus relacionamentos com os *stakeholders*.

Organicom – *O senhor nasceu na Índia, estudou nos Estados Unidos, trabalhou na Nova Zelândia e agora está novamente nos Estados Unidos. Sua experiência multicultural facilita sua compreensão em sua prática profissional de relações públicas em nações e cenários culturalmente diversos?*

Krishnamurthy – Certamente. Tendo lecionado em universidades na América do Norte, Ásia, Austrália e em países da Europa, tive a feliz oportunidade de conhecer e de aprender com várias culturas diferentes. Embora essas viagens profissionais não sejam sempre planejadas e frequentemente aconteçam por feliz coincidência, como foi o meu caso, devo dizer que minha experiência multicultural fez com que eu me tornasse uma pessoa mais paciente, entre outras mudanças. A mais importante mudança que as outras culturas me propiciaram foi o aprimoramento da inteligência emocional. Isso se dá à medida que a pessoa está mais consciente das suas próprias forças e fraquezas, em que se tem maior sensibilidade às emoções com quem se está interagindo e, também, é o momento em que se tem consciência do ambiente social em que tais interações ocorrem. Acredito que a inteligência emocional é pré-requisito para se tornar um comunicador de sucesso no mundo global.

Organicom – *Sua tese de doutorado concentrou-se na prática das relações públicas na Índia. Hoje a Índia é membro dos Brics (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). Em sua opinião, como as relações públicas podem auxiliar as economias emergentes a alcançar seus objetivos?*

“A mais importante mudança que as outras culturas me propiciaram foi o aprimoramento da inteligência emocional.”



Krishnamurthy – Na realidade, o foco central de minha tese de doutorado foi analisar o impacto da cultura nas práticas de relações públicas. Minha tese, até onde sei, foi o primeiro estudo empírico que tratou da relação entre a cultura social e as relações públicas. Estudei a ligação entre cultura e as relações públicas ao analisar as atividades de relações públicas em organizações na Índia. Como mencionei anteriormente, o fenômeno da globalização colocou os Brics no centro das atenções do mundo pelos três setores das organizações. As organizações de países desenvolvidos estão invadindo essas economias emergentes para ampliar seus mercados. Os governos mantêm comunicação com esses gigantes emergentes para auxiliar as empresas de seus próprios países, entre outras medidas. A sociedade civil, por sua vez, está se esforçando para agir como “guardião da consciência” e para proteger os diversos *stakeholders*, tais como os consumidores, os trabalhadores e a comunidade em geral. Nada disso pode acontecer sem um processo de comunicação pelos três setores de organizações. É aí que as relações públicas podem contribuir enormemente. Esta é também a razão pela qual acredito que a necessidade de relações públicas vai crescer exponencialmente nos próximos anos.

Organicom – Seu histórico profissional revela sua comprovada atividade intercultural. Recentemente o senhor foi nomeado membro do Comitê Consultivo Internacional para o projeto Humidtropics. Tal projeto, financiado pelo Consórcio Internacional para a Pesquisa em Agricultura, foi concebido como uma estratégia para aperfeiçoar os meios de subsistência dos agricultores na África, Ásia e América Latina. Qual o papel das relações públicas nesse projeto?

Krishnamurthy – Humidtropics é um projeto liderado pelo Instituto Internacional para a Agricultura Tropical (IITA), com sede na Nigéria. Após quase 45 anos de experiência como um instituto que buscava utilizar conhecimento de ponta para aperfeiçoar os meios de subsistência dos agricultores na África, o IITA embarcou num ambicioso projeto para aperfeiçoar nossa compreensão sobre os sistemas agrícolas nas regiões tropicais da América Latina, Ásia e África. O projeto também reconhece o papel imensamente importante que as relações públicas interculturais têm ao auxiliar a alcançar seus objetivos. Por isso o IITA fez o convite para que eu, como estudioso da comunicação e das relações públicas possa auxiliar no desenvolvimento do projeto. Estamos apenas no segundo ano da implantação, pois ao todo deverão ser quinze anos de trabalho, e há muito a fazer daqui para frente. Esperamos ter um programa robusto de comunicação pronto para auxiliar a Humidtropics a transmitir suas importantes mensagens às populações nos três continentes.

Organicom – Em seus textos o senhor explora o diálogo e a idiossincrasia cultural local como importante estratégia de comunicação. Como a cultura e a idiossincrasia se materializam na prática organizacional?

Krishnamurthy – Em poucas palavras, posso dizer que a relação entre cultura e relações públicas pode ser analisada de dois modos diferentes: a cultura das organizações em si, conhecida como a cultura organizacional, e a cultura societal, ou seja, como as organizações se moldam às culturas das sociedades em que atuam. Em todo o mundo as organizações contam atualmente com grupos multiculturais de funcionários devido à intensa mobilidade entre a população mundial, principalmente aquelas com alto grau de escolaridade. Isso influi diretamente na cultura organizacional, porque as organizações precisam lidar com diferentes experiências culturais da sua força de trabalho multicultural, assim como com as diferentes manifestações em que esses valores culturais afloram nas organizações. As mesmas organizações também estendem suas operações para muitos países e culturas e, portanto, enfrentam a necessidade de alinhar suas atividades a diferentes culturas sociais e as idiossincrasias de seus públicos nessas sociedades.



Organicom – *O “Excellence study” (estudo de que o senhor participou com James Grunig e outros pesquisadores) considera cultura como uma das dimensões essenciais para a prática das relações públicas nas organizações. Mais de quinze anos se passaram desde a publicação dos resultados do estudo. Em sua opinião, há diferença substancial entre os resultados de 1992 e o que ocorre hoje na maioria das organizações?*

Krishnamurthy – Na realidade, os dados quantitativos do “Excellence study” – em que a maior parte das informações do estudo se baseia – foram colhidos no início da década de 1990 e assim pode-se afirmar que as conclusões têm quase 25 anos. Num quarto de século, nosso mundo mudou significativamente. Além disso, o estudo foi realizado apenas em países anglo-saxões: Estados Unidos, Canadá e Reino Unido. Como suas questões sugerem, os Brics, neste momento, lideram boa parte da atividade econômica na Ásia, América Latina e África. Mais ainda, esta era da globalização (houve outras eras de globalização anteriormente) tem sido estimulada pelas novas tecnologias da mídia bem como pela queda de barreiras comerciais, tão relevantes para a prática das relações públicas. São importantes transformações no mundo. Assim sendo, mesmo que o arcabouço do estudo ainda seja muito válido e relevante, não há dúvida de que, se um novo estudo avaliasse esses conceitos à luz das importantes transformações nos ambientes onde as organizações estão inseridas no século 21, encontraríamos, seguramente, novas e interessantes dimensões para as lições daquele estudo. Considerando essa realidade em vista, três de meus colegas conceberam um estudo de continuidade do “Excellence Study”, temporariamente chamado de “Excellence II” há mais de quatro anos. Abordamos várias entidades interessadas em apoiar financeiramente a realização de um estudo global (em todos os continentes), para que pudéssemos de fato obter uma teoria culturalmente sensível da prática de relações públicas com base em evidências empíricas em todo o mundo. Essa abordagem holística é muito mais relevante para a prática do que o atual corpo de conhecimento etnocêntrico. Quatro anos depois, continuamos a procurar financiadores para essa importante atualização de nosso corpo de conhecimento.

Organicom – *O senhor poderia comentar sobre as mais recentes pesquisas que tratam do relacionamento entre cultura e relações públicas?*

Krishnamurthy – Sempre fui um entusiasta de qualquer estudo empírico que aborde a relação entre cultura e as relações públicas. Precisamos muito mais estudos do que hoje dispomos. A cultura é frequentemente vista em nosso campo como

“Necessitamos muito mais estudos
do que hoje dispomos.”



reflexão posterior. Isto é, as pessoas primeiro discutem o que chamam de “relações públicas estratégicas” e só no final, se conseguirem se lembrar, talvez façam uma breve referência à cultura, embora a cultura seja a base para todo o processo de comunicação. Assim, quando vejo um estudo cuja temática é a cultura e seu impacto nas relações públicas, fico muito satisfeito. Gostaria de acrescentar ainda um comentário sobre esses estudos: baseamo-nos demasiadamente nas dimensões da cultura desenvolvida por Geert Hofstede, em vez de nos concentrarmos nas idiosincrasias específicas das sociedades. As variáveis de Hofstede estudaram as dimensões da cultura comum em muitas sociedades, mas sabemos que são as idiosincrasias específicas de cada cultura que influem significativamente nos padrões de comunicação. Há, portanto, muito espaço para melhorias a esse respeito.

Organicom – Como pesquisador e acadêmico dedicado tanto à graduação como à pós-graduação, qual sua opinião sobre o ensino das relações públicas? O programa de estudos prepara o aluno para trabalhar nas organizações contemporâneas?

Krishnamurthy – O ensino das relações públicas progrediu muito nas duas últimas décadas. Como já mencionei nas respostas anteriores, as relações públicas tornaram-se uma atividade conhecida em muitos países e isso é um bom sinal. Essa demanda tende a crescer exponencialmente nos próximos anos. O ensino das relações públicas atendeu essa demanda? Minha percepção é que a resposta a esta questão é ambígua. De forma muito expressiva, em termos de números, os alunos dos programas de doutorado tornaram-se educadores de relações públicas, o que é um bom sinal. Entretanto, o currículo utilizado em muitos países ainda é baseado quase que exclusivamente em livros, conceitos e modelos desenvolvidos nos Estados Unidos, no Reino Unido e em outros países ocidentais. Esse etnocentrismo tem atrofiado o crescimento do corpo de conhecimento, bem como o conteúdo dos cursos ministrados em outros países. Não podemos adaptar a abordagem do ‘tamanho único’ no ensino das relações públicas. Embora deva haver pontos em comum nos currículos em todo o mundo, é necessário um maior alinhamento da informação com as condições locais. Ainda precisamos nos esforçar para desenvolver teorias de relações públicas baseadas na prática em diferentes países e em diferentes tipos de organizações – e não apenas em empresas lucrativas. Portanto, uma vez mais, embora bastante ciente dos avanços realizados no ensino das relações públicas nas duas últimas décadas, também sinto que há ainda muito espaço para diversificar o corpo de conhecimento para torná-lo mais relativista culturalmente.