



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DO BACANGA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

ALANA PIMENTA SILVA

Matrícula 2019040873

**TENDÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE RELAÇÕES
PÚBLICAS INTERNACIONAIS: Análise Bibliométrica sobre artigos científicos
contidos no Scopus**

SÃO LUÍS - MA

2025

ALANA PIMENTA SILVA

Matrícula 2019040873

**TENDÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE RELAÇÕES
PÚBLICAS INTERNACIONAIS: Análise Bibliométrica sobre artigos científicos
contidos no Scopus**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade Monografia, apresentado ao curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a Dra. Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo

SÃO LUÍS - MA

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Silva, Alana Pimenta.

TENDÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS : análise Bibliométrica sobre artigos científicos contidos no Scopus / Alana Pimenta Silva. - 2025.

89 p.

Orientador(a): Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo.
Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Relações Públicas, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Relações Públicas Internacionais. 2. Internacionalização de Empresas. 3. Comunicação e Informação. I. Jerônimo, Luciana Saraiva de Oliveira. II. Título.

ALANA PIMENTA SILVA

**TENDÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE RELAÇÕES
PÚBLICAS INTERNACIONAIS: Análise Bibliométrica sobre artigos científicos
contidos no Scopus**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade Monografia, apresentado ao curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Aprovado em 06 de março de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Dr(a). Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo – Orientador(a)
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Prof(a). Dr(a). Maria Do Carmo Prazeres Silva – Membro Convidado
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Prof(a). Dr(a). Nilma Regina Mendes Lima – Membro Convidado
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Aos meus pais, que foram minha força para
enfrentar esse desafio.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que foram minha força nos momentos difíceis e compreenderam minha ausência enquanto me dedicava à realização deste trabalho. Obrigada por nunca me deixarem desistir e por me incentivarem todos os dias. Como diria minha mãe: "Se tu não estudar, tu vai fazer o quê?".

Aos meus amigos, especialmente Vitória, Vinícius e Lídia, que ouviram todos os meus surtos e suportaram minhas reclamações. Vocês me fizeram rir quando eu queria chorar e me motivaram a continuar quando pensei em desistir.

Às irmãs que a graduação me deu, Anne e Graziela, obrigada! Começamos essa jornada juntas e vamos finalizá-la juntas. Enfrentamos e acalmamos a ansiedade uma da outra, e, no fim, tudo valeu a pena.

À professora Luciana, por ter sido mais do que uma orientadora, mas também uma guia ao longo desse percurso. Obrigada por sua paciência, por compreender minha ansiedade e por me incentivar a considerar a carreira acadêmica no futuro.

Também agradeço à minha série favorita, Law & Order: SVU, que foi meu refúgio durante esse processo. Quando nada mais parecia aliviar a ansiedade, essa série e seus personagens – um beijo para Rafael Barba – me ajudaram a escapar da realidade e a relaxar por um momento.

Por fim, meu agradecimento à Universidade Federal do Maranhão, especialmente ao Curso de Comunicação Social, fundamentais para minha formação profissional. Sou grata por todo o conhecimento adquirido e por tudo o que vivi e aprendi ao longo desses anos.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo caracterizar a produção científica sobre Relações Públicas Internacionais (RPI) e internacionalização no banco de dados Scopus, no período de 2020 a 2024, por meio de uma análise bibliométrica quantitativa. A pesquisa adota uma abordagem exploratória, utilizando a técnica de levantamento bibliométrico para identificar os principais autores, periódicos e redes de colaboração acadêmica. Os resultados indicam uma escassez de publicações sobre o tema, com predominância de estudos focados em diplomacia corporativa, redes de influência e capital social, mas com pouca conexão direta com estratégias de internacionalização empresarial. Além disso, verificou-se um crescimento na colaboração científica internacional, principalmente entre instituições dos Estados Unidos e Europa, com baixa participação de países latino-americanos. O estudo contribui para a compreensão das tendências e lacunas na pesquisa sobre RPI e destaca a necessidade de maior integração entre os campos da Comunicação e Informação, incentivando novas investigações sobre o tema.

Palavras-Chave: Relações Públicas Internacionais. Internacionalização de empresas. Comunicação e informação.

ABSTRACT

This study aims to characterize the scientific production on International Public Relations (IPR) and internationalization in the Scopus database, from 2020 to 2024, through a quantitative bibliometric analysis. The research adopts an exploratory approach, using the bibliometric survey technique to identify the main authors, journals and academic collaboration networks. The results indicate a scarcity of publications on the subject, with a predominance of studies focused on corporate diplomacy, influence networks and social capital, but with little direct connection to business internationalization strategies. Furthermore, there has been an increase in international scientific collaboration, mainly between institutions in the United States and Europe, with little participation from Latin American countries. The study contributes to an understanding of the trends and gaps in IPR research and highlights the need for greater integration between the fields of Communication and Information, encouraging further research on the subject.

Keywords: International Public Relations. Internationalization of Companies. Communication and Information.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Desenho teórico da pesquisa bibliométrica..... | 32 |
| Figura 2 – Grafo representando concorrência de todas as palavras-chaves dos artigos..... | 45 |
| Figura 3 – Grafo representando concorrência das palavras-chaves dos artigos de 2020..... | 46 |
| Figura 4 – Grafo representando concorrência das palavras-chaves dos artigos de 2021..... | 46 |
| Figura 5 – Grafo representando concorrência das palavras-chaves dos artigos de 2022..... | 47 |
| Figura 6 – Grafo representando concorrência das palavras-chaves dos artigos de 2023..... | 48 |
| Figura 7 – Grafo representando concorrência das palavras-chaves dos artigos de 2024..... | 48 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 – Análise de todos os pesquisadores que publicaram os artigos..... | 51 |
| Tabela 2 – Indicadores de citação. | 54 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 – Publicações por ano dos artigos coletados..... | 44 |
| Gráfico 2 – Publicações por subárea dos artigos coletados..... | 52 |
| Gráfico 3 – Países em que os artigos foram publicados..... | 53 |
| Gráfico 4 – Idiomas que os artigos foram publicados..... | 53 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – Resultados da busca por termos em inglês no Scopus (2020-2024). | 36 |
| Quadro 2 – Resultado da busca por termos em espanhol no Scopus (2020-2024)..... | 37 |
| Quadro 3 – Resultado da busca por termos em português no Scopus (2020-2024)..... | 37 |
| Quadro 4 – Análise de todos os periódicos que publicaram os artigos..... | 50 |
| Quadro 5 – Publicações com colaborações entre colegas da mesma universidade..... | 57 |
| Quadro 6 - Publicações com colaborações entre pesquisadores de instituições distintas..... | 58 |
| Quadro 7 - Artigos publicados escritos individualmente..... | 63 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | | |
|------|---|---|
| RP | - | Relações Públicas |
| RPI | - | Relações Públicas Internacionais |
| FDC | - | Fundação Dom Cabral |
| OC | - | Organização do Conhecimento |
| CI | - | Ciência da Informação |
| SOC | - | Sistemas de Organização de Conhecimento |
| EMI | - | Estudos Métricos da Informação |
| FI | - | Fator de Impacto |
| FARA | - | Foreign Agents Registration Act |
| MCE | - | Modelo Económico-cultural |
| SCI | - | Sister Cities International |

SUMÁRIO

| | | |
|------------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 14 |
| 2 | RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS E INTERNACIONALIZAÇÃO..... | 17 |
| 2.1 | Relações Públicas Internacionais à luz da perspectiva etnocêntrica e policêntrica..... | 19 |
| 2.2 | Internacionalização das empresas brasileiras: desafios da comunicação..... | 21 |
| 2.3 | Produção científica no Brasil..... | 24 |
| 2.4 | O problema a ser resolvido..... | 25 |
| 3 | INDICADORES MÉTRICOS DE ESTUDOS PUBLICADOS..... | 26 |
| 3.1 | Estudos Métricos da Informação: base teórica dos indicadores..... | 27 |
| 3.2 | Os indicadores bibliométricos desta pesquisa..... | 28 |
| 3.2.1 | Indicadores de produção..... | 29 |
| 3.2.2 | Indicadores de citação..... | 30 |
| 3.2.3 | Indicadores de colaboração..... | 31 |
| 4 | ESTRATÉGIAS METOLÓGICAS DA INVESTIGAÇÃO..... | 34 |
| 4.1 | Revisão de Literatura..... | 35 |
| 4.2 | Pesquisa bibliométrica..... | 35 |
| 5 | ANÁLISE DOS DADOS..... | 39 |
| 5.1 | Descrição dos artigos científicos..... | 39 |
| 5.1.1 | Em inglês..... | 39 |
| 5.1.2 | Em espanhol..... | 42 |
| 5.1.3 | Em português..... | 43 |
| 5.2 | Análise dos indicadores bibliométricos..... | 43 |
| 5.2.1 | Sobre as publicações por ano..... | 44 |
| 5.2.1.1 | <i>Análise das palavras-chave por ano.....</i> | <i>44</i> |
| 5.2.2 | Indicadores de produção em periódicos..... | 50 |
| 5.2.3 | Indicadores de produção por pesquisador..... | 51 |
| 5.2.4 | Indicadores de produção por subáreas..... | 52 |
| 5.2.5 | Indicadores de produção por países..... | 53 |
| 5.2.6 | Indicadores de citação..... | 54 |
| 5.2.7 | Indicadores de colaboração..... | 57 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 6 | DISCUSSÃO DOS DADOS ANALISADOS À LUZ DA REVISÃO DA LITERATURA REALIZADA..... | 66 |
| 6.1 | À luz dos modelos etnocêntricos e policêntricos..... | 66 |
| 6.2 | Tendências identificadas na produção, citação e de colaboração das pesquisas publicadas..... | 70 |
| 6.2.1 | Discussão sobre o impacto e visibilidade do tema Relações Públicas Internacionais..... | 71 |
| 6.2.2 | Discussão sobre influência e conexões sobre RPI por meio de citação..... | 73 |
| 6.2.3 | Discussão sobre formação de rede de pesquisa sobre RPI por meio de colaboração..... | 74 |
| 7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 76 |
| | REFERÊNCIAS..... | 76 |
| | APÊNDICE A – Grafo representando coocorrência de todas as palavras-chaves dos artigos..... | 84 |
| | APÊNDICE B – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2020..... | 85 |
| | APÊNDICE C – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2021..... | 86 |
| | APÊNDICE D – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2022..... | 87 |
| | APÊNDICE E – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2023..... | 88 |
| | APÊNDICE F – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2024..... | 89 |

1. INTRODUÇÃO

As Relações Públicas Internacionais (RPI) desempenham um papel essencial no contexto da internacionalização, uma vez que organizações, governos e empresas buscam expandir suas operações além das fronteiras nacionais. A crescente interdependência dos mercados exige estratégias de comunicação adaptadas a diferentes culturas, normas e expectativas dos stakeholders globais. Assim, as RPI surgem como um campo estratégico para a construção e manutenção de relacionamentos sustentáveis entre organizações e públicos internacionais.

No cenário corporativo, a internacionalização de empresas tem sido um dos principais motores da economia global, permitindo que organizações ampliem sua atuação em novos mercados e diversifiquem suas operações. Esse processo exige não apenas conhecimento sobre regulamentações e estratégias de entrada, mas também uma abordagem comunicacional eficiente. A forma como as empresas se posiciona e constrói sua reputação em mercados estrangeiros influencia diretamente seu sucesso e aceitação por parte de públicos locais. Nesse contexto, as Relações Públicas desempenham um papel crucial na adaptação da comunicação institucional, na gestão da imagem corporativa e na construção de redes de relacionamento que favorecem o crescimento sustentável das empresas em mercados internacionais.

A internacionalização das empresas e o papel das Relações Públicas nesse processo são temas de grande relevância no cenário global. No entanto, ainda há lacunas no entendimento sobre como esse campo tem sido abordado na literatura acadêmica, quais são os principais focos das pesquisas e quais tendências emergiram nos últimos anos. Diante disso, a presente pesquisa busca responder às seguintes questões: "Qual a tendência nas publicações científicas sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas? Quais os periódicos e autores mais prolíficos? Como é o desempenho da produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Comunicação?"

Para alcançar esse objetivo, a pesquisa adota uma abordagem bibliométrica, analisando artigos publicados no banco de dados Scopus entre os anos de 2020 e 2024. A escolha do Scopus justifica-se por ser um dos maiores e mais reconhecidos bancos de dados acadêmicos, abrangendo publicações de alto impacto na área de Comunicação. O recorte temporal permite identificar a evolução recente das pesquisas sobre o tema, principalmente no período pós-pandemia, fornecendo insights sobre os padrões de produção científica e colaboração acadêmica no período analisado.

Dado o impacto significativo da internacionalização na comunicação organizacional, torna-se essencial compreender como a produção científica tem abordado as Relações Públicas Internacionais nesse contexto. Dessa forma, este estudo justifica-se pela necessidade de mapear a produção acadêmica sobre RPI e internacionalização no campo da Comunicação e Informação, permitindo uma visão ampla das tendências, desafios e lacunas desse campo do conhecimento.

O estudo contribuirá para a compreensão do ciclo de produção e disseminação do conhecimento sobre RPI e internacionalização, oferecendo subsídios tanto para pesquisadores quanto para profissionais da área. Além disso, ao identificar possíveis lacunas na literatura, a pesquisa poderá apontar direções para novos estudos, promovendo uma maior integração entre os campos das Relações Públicas, Comunicação e Informação.

Para alcançar as respostas, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: a) caracterizar a produção científica no banco de dados Scopus sobre o tema Relações Públicas Internacionais (RPI) e Internacionalização ou só sobre Relações Públicas Internacionais, utilizando indicadores métricos de produção, citação e colaboração no período de 2020 a 2024, no campo de Comunicação e Informação, b) revelar a tendência nas publicações científicas brasileiras e estrangeiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais, c) revelar os periódicos e autores mais prolíficos e d) indicar como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas.

Esses objetivos, articulados entre si, visam fornecer um panorama abrangente sobre a produção acadêmica no tema, contribuindo para a consolidação do conhecimento sobre RPI e sua relação com a internacionalização de empresas e instituições.

O trabalho está estruturado em sete seções, organizados de forma a proporcionar uma compreensão progressiva do tema e dos achados da pesquisa. Na seção 1, encontra-se a introdução. Nela apresenta-se o tema e sua delimitação, discute o problema de pesquisa, os objetivos do estudo e justifica da pesquisa. Na seção 2, discute-se a relação teórica entre Relações Públicas Internacionais e Internacionalização, explorando os modelos teóricos de Relações Públicas Internacionais e seus os principais conceitos.

Na seção 3, apresenta-se os Indicadores Métricos de Estudos Publicados como parte da fundamentação teórica da bibliométrica, base teórica de onde é retirada as categorias desta investigação. Na seção 4, expõe-se a estratégia metodológica escolhida para esta investigação, desenvolvida em dois momentos e por dois métodos: no primeiro momento, a realização de pesquisa bibliográfica para revisão de literatura sobre: Relações Públicas Internacionais (RPI),

Relações Públicas Internacionais e suas relações com a internacionalização de empresas brasileiras e produção de pesquisas sobre o tema. E no segundo momento, a realização da pesquisa bibliométrica para revelar dados sobre a produção de pesquisas e publicação de artigos científicos a respeito das RPI e de sua relação com o processo de internacionalização de empresas brasileiras.

Na seção 5, publica-se os dados coletados e sua análise, identificando os principais autores, periódicos e padrões de colaboração científica. Essa seção fornece uma visão quantitativa da publicação de artigos científicos sobre RPI e internacionalização. Na seção 6, discute-se os resultados dos dados da bibliometria, interpretando-se a partir das revisões de literatura, destacando as principais tendências das publicações, suas lacunas, a evolução do tema RPI ao longo dos anos e suas implicações para futuras pesquisas. E, por último, na seção 7, apresenta-se as contribuições do estudo, bem como sugestões para futuras investigações na área, com ênfase na necessidade de maior integração entre Relações Públicas Internacionais e Internacionalização. Deseja-se a todos, uma boa leitura.

2 RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS E INTERNACIONALIZAÇÃO

A internacionalização é uma etapa estratégica no desenvolvimento de empresas e na economia de um país, permitindo que organizações explorem novos mercados e ampliem sua competitividade global. Segundo Fleury *et al.*, (2008), esse fenômeno representa um amadurecimento econômico, no qual as empresas expandem suas operações para garantir sustentabilidade em um ambiente dinâmico e tecnologicamente avançado. Castells (2006) reforça essa perspectiva ao afirmar que as organizações têm ajustado seus modelos de gestão para lidar com as incertezas das rápidas mudanças globais, tornando a internacionalização uma condição essencial para a sobrevivência empresarial.

O avanço da globalização intensificou a interdependência econômica, social e cultural entre os países, exigindo que as empresas adaptem suas estratégias para operar em um mercado global sem barreiras territoriais. Nesse contexto, as Relações Públicas Internacionais (RPI) surgem como um processo fundamental para estabelecer e manter relacionamentos estratégicos entre organizações e públicos de diferentes nações (Wakefield, 2001). Essa prática busca não apenas facilitar a comunicação em cenários multiculturais, mas também minimizar riscos e ameaças à reputação organizacional.

Para que uma organização tenha sucesso em sua inserção internacional, é fundamental um planejamento cuidadoso, levando em consideração desafios culturais, sociais, políticos e econômicos (Khauaja, 2011). Segundo Ferrari (2011), as RPI desempenham um papel essencial na construção do entendimento mútuo entre culturas, superando barreiras geográficas e linguísticas. Black (1996, *apud* Ferrari, 2011) reforça essa visão, destacando que as RPI devem focar na harmonia entre diferentes públicos, promovendo a cooperação global.

No cenário empresarial, Perlmutter (1969) propôs três modelos de atuação internacional que influenciam diretamente as RPI:

- a) Modelo etnocêntrico: a comunicação segue um padrão global definido pela matriz da empresa, sem adaptações locais.
- b) Modelo policêntrico: as práticas comunicacionais e administrativas são ajustadas de acordo com a cultura e características do mercado local.
- c) Modelo geocêntrico: busca um equilíbrio entre padronização e adaptação local, garantindo uma abordagem global coesa, mas flexível.

Esses modelos foram expandidos por Bartlett e Ghoshal (1989), que relacionaram a comunicação global a quatro diferentes estratégias empresariais: global, multinacional, internacional e transnacional. Na estratégia global, a empresa mantém operações altamente

centralizadas, com decisões e comunicação controladas pela matriz, visando eficiência e padronização global. Na estratégia multinacional, as subsidiárias têm autonomia para adaptar produtos e comunicações às particularidades locais, priorizando a adequação cultural. Na estratégia internacional, a empresa exporta conhecimento e práticas do país de origem para os mercados externos, com pouca adaptação às realidades locais. Já na estratégia transnacional, a empresa equilibra eficiência global e adaptação local, promovendo a troca de conhecimentos entre matriz e subsidiárias para atender às demandas específicas de cada mercado. A escolha dessas estratégias impacta diretamente o sucesso das relações públicas internacionais e a construção de uma reputação sólida nos mercados externos.

A constante transformação do cenário internacional, impulsionada por fatores como globalização, regionalização e crescente interdependência entre mercados, reforça a necessidade de um trabalho contínuo e eficiente de Relações Públicas Internacionais. Para garantir que as organizações mantenham uma reputação sólida e conquistem espaço em diferentes países, é essencial estabelecer canais de comunicação permanentes e eficazes (Ferrari, 2011). Isso exige um entendimento profundo das diferenças culturais, políticas e econômicas, permitindo a criação de estratégias comunicacionais adaptadas às necessidades de cada público.

Com o aumento da interconectividade global, as RPI tornaram-se indispensáveis para empresas que buscam expansão internacional. Profissionais da área precisam atuar estrategicamente na adaptação de mensagens, na construção de parcerias e na gestão da comunicação intercultural (Silva, 2004). Além disso, a colaboração com a mídia internacional e outros veículos de comunicação é fundamental para garantir que as estratégias de relações públicas sejam bem recebidas globalmente.

As RPI não apenas fortalecem o posicionamento das empresas no cenário internacional, mas também contribuem para a construção de redes estratégicas, promovendo um relacionamento sólido entre organizações e seus públicos em diferentes contextos culturais. Como apontam Frizzi e Cabestré (2014), a adaptação da comunicação às expectativas locais é um fator decisivo para o sucesso das estratégias de internacionalização.

Dessa forma, as Relações Públicas Internacionais desempenham um papel crucial na construção de uma imagem corporativa consistente e na manutenção de relações sustentáveis entre organizações e públicos globais. Ao fornecer insights estratégicos sobre a gestão da comunicação internacional, esse campo contribui para o avanço teórico e prático das Relações Públicas, consolidando sua importância em um mundo cada vez mais globalizado e interconectado.

2.1 Relações Públicas Internacionais à luz da perspectiva etnocêntrica e policêntrica

As Relações Públicas Internacionais (RPI) constituem uma atividade planejada e organizada de empresas, instituições ou governos que visa estabelecer relações de benefício mútuo com públicos de diferentes países (Wilcox; Cameron, 2003). Esse campo é essencial em um mercado globalizado, onde os consumidores buscam não apenas produtos, mas também atributos intangíveis e significados culturais nas marcas que consomem (Frizzi; Cabestré, 2014).

Dessa forma, as RPI envolvem uma compreensão profunda das culturas e valores específicos de cada público, permitindo que as organizações construam mensagens que ressoem com as necessidades e expectativas locais. Em um contexto de expansão global, uma comunicação sem essa adaptação é insuficiente, destacando-se a importância das RPI para adaptar estratégias de comunicação que reconheçam as particularidades culturais e sociais dos públicos-alvo.

Vercic (1996, 2000, 2003), ao estudar práticas de RPI, destaca que elas geralmente seguem duas abordagens opostas. Na primeira, as diretrizes são centralizadas e aplicadas diretamente em países estrangeiros sem considerar adaptações para as particularidades locais. Na segunda, cada programa de RPI é completamente independente das práticas implementadas no país de origem. Essa última abordagem permite uma maior flexibilidade para responder às necessidades específicas de cada mercado.

No contexto das Relações Públicas Internacionais (RPI), essas práticas têm como um dos principais objetivos estabelecer e manter relacionamentos estratégicos com públicos em diferentes países, visando principalmente a redução de ameaças potenciais às organizações (Wakefield, 2001). Além disso, como observado por Black (1996 *apud* Ferrari, 2011), as RPI buscam promover o entendimento mútuo entre as partes envolvidas, superando as barreiras geográficas, culturais e linguísticas que podem surgir. Essa abordagem é essencial para criar uma base sólida de confiança e cooperação em ambientes globais, onde as diferenças culturais e sociais exigem uma comunicação adaptada e estratégica.

A perspectiva etnocêntrica das RPI, conforme discutido por Perlmutter (1969), caracteriza-se por uma abordagem centrada na cultura do país de origem da organização. Neste modelo, as empresas tendem a replicar suas práticas e diretrizes em todos os países, guiadas por uma visão de mundo onde seu próprio contexto é o padrão a ser seguido. Rocha (2007) descreve o etnocentrismo como uma visão que enxerga o próprio grupo como centro de tudo, e julga as demais culturas através de seus próprios valores. No mundo corporativo, essa

abordagem pode ser observada quando a organização impõe suas práticas e critérios de desempenho nas subsidiárias, priorizando a presença de expatriados em posições-chave e mantendo fluxos intensos de comunicação e controle centralizado entre a matriz e as filiais (Pinheiro *et al.*, 2012). A supervalorização dos produtos e práticas do país de origem torna-se uma barreira para a adaptação cultural e limita a eficácia das relações públicas em conectar-se verdadeiramente com os públicos locais.

Em contraponto, a abordagem policêntrica enfatiza o respeito pela autonomia cultural dos países onde a empresa atua, permitindo que as práticas e políticas sejam adaptadas às especificidades locais. Segundo Perlmutter (1969), o policentrismo nas RPI envolve o reconhecimento da diversidade e singularidade de cada mercado, com menos intervenção direta da matriz e maior ênfase no recrutamento de talentos locais para cargos de liderança.

Nesse parâmetro, a comunicação entre matriz e subsidiárias é menos intensa, sendo incentivada uma autonomia local para definir estratégias e critérios de desempenho. Esse modelo busca uma compreensão das culturas estrangeiras sob uma ótica mais objetiva e empática, de modo que a organização opere com flexibilidade e se alinhe aos valores e comportamentos do mercado de acolhimento, evitando a imposição de práticas alheias às expectativas locais.

O modelo geocêntrico, proposto por Perlmutter (1969), representa uma abordagem globalizada de gestão e tomada de decisões em empresas internacionalizadas. Diferente dos modelos etnocêntrico (centralizado na cultura do país de origem) e policêntrico (adaptado a cada mercado local), o modelo geocêntrico busca um equilíbrio entre padronização e adaptação, promovendo uma visão integrada da organização.

Nesse modelo, as decisões estratégicas são tomadas com base em uma perspectiva global, levando em consideração as melhores práticas de diferentes países, independentemente da nacionalidade da matriz ou das subsidiárias. Assim, há uma gestão unificada, mas flexível, que valoriza talentos de diversas origens e promove a colaboração entre diferentes unidades da empresa, favorecendo a eficiência global sem ignorar as especificidades locais.

Esses modelos, principalmente etnocêntrico e policêntrico, refletem estratégias distintas na adaptação da comunicação e na gestão organizacional global. Organizações que adotam uma estratégia global centralizada, como apontado por Bartlett e Ghoshal (1989), mantêm uma estrutura de controle forte, onde as subsidiárias replicam os objetivos da matriz, alinhando-se ao modelo etnocêntrico.

Em contraste, o modelo multinacional proposto pelos mesmos autores permite maior autonomia para as subsidiárias locais, encaixando-se na perspectiva policêntrica e facilitando a

construção de uma relação mais genuína com o público estrangeiro. Empresas que adotam uma estratégia transnacional, por sua vez, buscam equilibrar a eficiência global com a adaptação local, promovendo uma comunicação integrada entre matriz e subsidiárias, enquanto respeitam as especificidades culturais.

No processo de expansão global, as RPI assumem, então, um papel essencial para viabilizar a diplomacia corporativa e a adaptação cultural, o que permite às empresas alinharem suas mensagens e ações aos valores e expectativas dos mercados externos (Wainberg, 2012). Esse enfoque enfatiza o papel das RPI em construir uma imagem corporativa positiva e em alinhar os interesses da organização com os de públicos e stakeholders globais, reforçando a importância de uma comunicação que leve em conta as especificidades culturais e econômicas de cada país. À medida que as organizações se tornam mais integradas e interdependentes globalmente, o papel dos profissionais de RPI é o de negociadores cosmopolitas, que não apenas compreendem, mas também adaptam estratégias de comunicação e relacionamento às nuances locais. Essa habilidade é crucial para que as empresas superem barreiras interculturais e estabeleçam conexões duradouras, impactando positivamente a aceitação da marca e o sucesso da internacionalização.

Assim, a escolha entre os modelos etnocêntrico e policêntrico, bem como a aplicação de uma estratégia híbrida transnacional, reflete diretamente na eficácia das RPI, na capacidade de adaptação organizacional e na construção de relacionamentos fortes e sustentáveis em mercados estrangeiros.

2.2 Internacionalização das empresas brasileiras: desafios da comunicação

A internacionalização representa um estágio avançado do desenvolvimento industrial de um país, funcionando como um método pelo qual empresas ampliam seu conhecimento e expandem suas operações para além do mercado nacional (Fleury *et al.*, 2008). Esse processo pode envolver desde a aquisição de matérias-primas até a exportação de produtos e serviços, assim como a implementação de novos métodos de produção em territórios estrangeiros (Dib; Carneiro, 2006).

Cintra e Mourão (2005) observam que a internacionalização se baseia em um planejamento estratégico que considera a implantação de operações fora do país de origem, exigindo um relacionamento contínuo com o exterior, especialmente no que tange à movimentação de fatores de produção, ao estabelecimento de parcerias e à realização de acordos comerciais.

No processo de internacionalização, a capacidade de adaptação e resposta às demandas locais é um elemento crucial para o sucesso. Kotabe e Helsen (2022) apontam que essa habilidade de se ajustar às exigências e expectativas de cada mercado representa um dos pilares de uma internacionalização bem-sucedida.

Especificamente para as empresas brasileiras, é essencial que essas organizações desenvolvam estratégias para lidar com as normas culturais e regulamentares dos países em que desejam se inserir. Além de enfrentar barreiras culturais, as empresas devem praticar uma flexibilidade estratégica que permita respostas rápidas e eficazes às dinâmicas locais, de modo a atender melhor o público internacional (Farias Júnior *et al.*, 2024).

De acordo com a pesquisa "Trajetórias de Internacionalização das Empresas Brasileiras" da Fundação Dom Cabral (FDC, 2023), a internacionalização das empresas brasileiras caracteriza-se como um processo dinâmico que requer não apenas uma adaptação às transformações do mercado global, mas também uma imersão nas especificidades culturais locais. Essa imersão é essencial para que produtos e estratégias de comunicação sejam ajustados às preferências e expectativas dos consumidores em diferentes países.

Além disso, a escolha da estratégia de entrada nos mercados externos é um fator crítico para o sucesso. As empresas podem optar por diversas abordagens, como a exportação direta, o licenciamento ou o investimento direto. Cada uma dessas estratégias exige uma constante reavaliação para garantir que estejam adequadas ao ambiente de negócios, tanto local quanto global (FDC, 2023).

A inovação e a adaptabilidade também desempenham papéis centrais nesse contexto, permitindo que as empresas brasileiras se posicionem de forma competitiva em um cenário global. Conforme argumentado por Junior *et al.*, (2024), além de inovarem, as empresas precisam incorporar práticas sustentáveis e de responsabilidade social, que ajudam a mitigar riscos e a satisfazer as expectativas de *stakeholders* internacionais.

Dessa forma, ao aliar flexibilidade com práticas responsáveis, as organizações não apenas promovem sua imagem no exterior, mas também garantem uma presença mais sustentável e ajustada às realidades dos diferentes mercados-alvo.

Para as empresas brasileiras, a proximidade com o cliente, o ajuste dos produtos às necessidades locais e o aprimoramento da logística de distribuição são motivações centrais para a internacionalização. A busca por novos mercados e o acesso a tecnologias avançadas são fatores que intensificam esse movimento, assim como a presença de blocos regionais, fontes de financiamento internacional, e a necessidade de superar barreiras protecionistas (Almeida *et al.*, 2008).

No caso específico do Brasil, o ambiente favorável para investimentos, aliado às altas taxas de poupança doméstica, cria um cenário atrativo tanto para empresas brasileiras quanto para investidores estrangeiros que visam expandir suas operações (Almeida *et al.*, 2008).

Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010) identificam que as motivações para a internacionalização podem ser estratégicas ou reativas. Entre as estratégicas, destacam-se a exploração de oportunidades no exterior e a busca por conhecimentos que possam fortalecer a empresa em seu país de origem. Em contrapartida, motivações reativas, como a necessidade de atender a clientes que operam em diferentes países, também desempenham um papel importante.

Esses fatores revelam que a internacionalização atende a múltiplos objetivos, respondendo às exigências da nova economia global, que impõe a diversificação de riscos e a abertura de mercados para garantir competitividade e sustentabilidade a longo prazo (Brock, 2016).

No entanto, o processo de internacionalização impõe desafios comunicacionais significativos. A comunicação intercultural torna-se essencial, uma vez que o sucesso das operações internacionais está ligado à compreensão das dinâmicas políticas, econômicas, sociais e culturais dos mercados-alvo (Moran; Harris; Moran, 2011). A decisão de expandir para um novo país requer uma análise que vá além das questões comerciais, abrangendo também fatores como regulamentações locais, demandas específicas de mercado e o relacionamento diplomático entre os países envolvidos (Kotabe; Helsen, 2022). Em muitas situações, o entendimento dessas variáveis é tão importante quanto o planejamento estratégico de mercado, pois envolve a adequação das mensagens e das práticas corporativas às realidades culturais e às expectativas de *stakeholders* internacionais (Bartlett; Ghoshal, 1989).

Portanto, a compreensão das relações internacionais e das particularidades dos mercados estrangeiros é vital para o sucesso da internacionalização das empresas brasileiras (Fleury; Fleury, 2001). Essa perspectiva permite uma análise mais precisa dos riscos, identificação de oportunidades e desenvolvimento de estratégias que sejam sensíveis às mudanças globais.

Desta forma, a comunicação organizacional e o relacionamento com os stakeholders locais tornam-se componentes essenciais, não apenas para o alcance de resultados econômicos, mas para garantir que as operações internacionais da empresa sejam sustentáveis, respeitando os contextos e adaptando-se às complexidades do ambiente global (Hall, 1976).

2.3 Produção científica no Brasil

No contexto brasileiro, a pesquisa em Relações Públicas Internacionais (RPI) ainda é pouco explorada, com grande parte das publicações e dos referenciais teóricos advindos de autores estrangeiros, especialmente da América do Norte e da Europa. Esse cenário gera lacunas significativas na literatura nacional, evidenciando a necessidade de maior investimento em pesquisas que contemplem as particularidades do Brasil (Ferrari, 2006).

Trabalhos como os de Feury (2008) e Wainberg (2012) contribuem para o entendimento da relevância da comunicação estratégica em contextos internacionais, porém, a escassez de uma produção teórica e metodológica consistente no Brasil limita o desenvolvimento de uma visão que aborde adequadamente os desafios e as nuances culturais enfrentados por empresas brasileiras em mercados globais.

A produção científica no Brasil relacionada às Relações Públicas Internacionais e sua relação com a internacionalização das empresas enfrenta diversos desafios e oportunidades. As RPI desempenham um papel crucial ao promover uma comunicação eficaz que respeite as nuances culturais dos mercados-alvo, facilitando a aceitação e o reconhecimento das empresas brasileiras nesses novos contextos

Observa-se que muitos profissionais de Relações Públicas no Brasil têm um conhecimento limitado sobre sua atuação no processo de internacionalização das multinacionais brasileiras e sobre as empresas internacionais que tentam atuar no Brasil, frequentemente percebido como um país "fechado" para negócios globais. Essa limitação pode reduzir a visibilidade e a influência das empresas brasileiras no sistema financeiro e político global (Jerônimo *et al.*, 2024).

No campo acadêmico, a maior parte da bibliografia disponível é oriunda de referências norte-americanas ou europeias, o que compromete a formação de um conhecimento local mais relevante. Como aponta Ferrari (2006, p. 85), “essa dependência de obras e pesquisas estrangeiras, muitas vezes inadequadas ao contexto brasileiro, dificulta a consolidação de uma abordagem mais contextualizada”. Portanto, a investigação sobre RPI e internacionalização no Brasil é fundamental para promover uma compreensão mais abrangente e informada sobre as práticas de comunicação no cenário internacional.

2.4 O problema a ser resolvido

A escassez de pesquisas sobre Relações Públicas Internacionais (RPI) no Brasil tem sido um desafio para a consolidação desse campo de estudo. Em 2023, um levantamento realizado no curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) revelou essa lacuna, destacando a baixa produção acadêmica sobre o tema e a falta de aprofundamento na relação entre RPI e globalização (Jerônimo *et al.*, 2024). A pesquisa apontou que, apesar do impacto crescente da internacionalização no ambiente corporativo, o conhecimento acadêmico sobre como as RPI podem apoiar esse processo ainda é pouco desenvolvido no Brasil.

Diante dessa realidade, a presente investigação busca ampliar essa análise, adotando uma abordagem quantitativa para examinar a produção científica sobre RPI e sua relação com a internacionalização de empresas. Para isso, são utilizados indicadores métricos de produção, citação e colaboração, permitindo uma avaliação mais detalhada da disseminação do conhecimento na área. A escolha do banco de dados Scopus como fonte de pesquisa possibilita um mapeamento mais abrangente das tendências acadêmicas, oferecendo uma visão global e comparativa do desenvolvimento das RPI no cenário internacional. O recorte temporal de 2020 a 2024 foi definido para captar as tendências mais recentes da área, especialmente considerando os impactos da pandemia na comunicação global e nas dinâmicas organizacionais.

A análise proposta não se limita a identificar a quantidade de publicações, mas também busca compreender como os estudos estão sendo estruturados, quais são os principais periódicos e autores envolvidos, e como as colaborações acadêmicas têm sido estabelecidas. Além disso, examina-se a interseção entre as RPI e a internacionalização, considerando as demandas do mercado e a necessidade de estratégias de comunicação eficazes para empresas em expansão global.

Os resultados esperados visam não apenas preencher uma lacuna acadêmica, mas também contribuir para o aprimoramento da produção científica na área. Ao revelar padrões de publicação e colaboração, este estudo pretende oferecer subsídios para fortalecer a pesquisa em Relações Públicas Internacionais no Brasil, incentivando maior integração com o cenário global e promovendo uma abordagem mais estratégica sobre o papel das RPI na internacionalização de empresas. Mas, precisamos de indicadores para isso. É o que se apresenta a seguir.

3 INDICADORES MÉTRICOS DE ESTUDOS PUBLICADOS

Em 2023, foi realizada, no Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), uma pesquisa sobre Relações Públicas Internacionais e Globalização, dois conteúdos que se conectam. A pesquisa foi provocada pelo fato de que literatura especializada e pesquisas em RPI serem raras no Brasil.

A curiosidade das alunas e da professora gerou o trabalho *Relações Públicas Internacionais, Globalização e seus problemas de pesquisa no Brasil* (Jerônimo *et. al.*, 2024) publicado no Anais do XVIII do Congresso Abrapcorp e no Anais do 47º do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, que revela, a partir de dados quantitativos e qualitativos sobre trabalhos apresentados nos congressos nacionais de comunicação. Elas dizem:

Uma produção de conhecimento baixa, quase estagnada, indicando que as pesquisas sobre o tema ainda não são populares no âmbito acadêmico; e encontramos abordagens sobre globalização que incorporam, parcialmente, em suas análises, os efeitos negativos e positivos provocados pelo fenômeno (Jerônimo *et. al.*, 2024, p.1).

Após a leitura desse trabalho e das inquietações sobre o conteúdo a respeito de RPI, ampliou-se a curiosidade sobre o assunto, trazendo para esta pesquisa a busca de indicadores métricos de estudos publicados sobre a relação de RPI e internacionalização, conexão mais próxima dos interesses de empresas brasileiras.

Nessa perspectiva, mergulha-se no conteúdo teórico sobre organização de conhecimento e, a partir dele, definir os seguintes indicadores: a) os de produção de conteúdo sobre RPI e internacionalização de empresas, b) os de citação e c) os de colaboração de produção de conteúdo sobre RPI e internacionalização de empresas, operacionalizando a interpretação a respeito do comportamento da produção científica em um recorte temporal e espacial na área de Relações Públicas.

A organização do conhecimento (OC), conforme Hjørland (2003), vai além da simples estruturação de registros bibliográficos, abrangendo também sistemas conceituais, divisões sociais do trabalho, linguagens simbólicas e gêneros literários, sendo uma área essencial da Ciência da Informação (CI) para estruturar, classificar e facilitar o acesso à informação.

Para isso, a OC utiliza sistemas especializados, conhecidos como Sistemas de Organização do Conhecimento (SOC), que englobam taxonomias, tesauros, sistemas de classificação e ontologias. Essas ferramentas têm como objetivo facilitar a criação de

metadados e otimizar a organização e a recuperação de informações científicas, aumentando a eficiência no acesso a dados relevantes (Oliveira, 2024).

No âmbito da organização do conhecimento, as métricas assumem um papel estratégico ao analisar o comportamento da produção científica em áreas específicas. Essas análises permitem identificar tendências, lacunas e padrões no desenvolvimento da pesquisa, fornecendo informações valiosas para a formulação de políticas científicas, promoção de novas investigações e compreensão de fenômenos sociais e naturais. Conforme destacado por Camargo e Barbosa (2018), essas métricas não apenas apoiam o progresso do conhecimento, mas também impulsionam práticas inovadoras e estratégias que promovem o avanço científico.

Neste estudo, serão explorados três tipos de indicadores métricos: produção, citação e colaboração, como indicamos anteriormente. No entanto, os indicadores de produção e citação serão os mais relevantes, pois permitirão avaliar a frequência de publicações e a influência de trabalhos relacionados ao tema das Relações Públicas Internacionais e Internacionalização.

3.1 Estudos Métricos da Informação: base teórica dos indicadores

Com o desenvolvimento da Ciência da Informação ao longo das décadas, diversas subáreas especializadas surgiram para abordar a análise do fluxo e da organização das informações. Entre elas, destacam-se os Estudos Métricos da Informação (EMI), que ganharam relevância principalmente a partir dos anos 1980, com o avanço das tecnologias e o aumento do acesso a bases de dados digitais. Essa subárea consolidou-se como uma disciplina científica, baseada em métodos quantitativos, e tem como objetivo compreender os padrões e dinâmicas da informação registrada, fornecendo suporte à gestão do conhecimento e à avaliação científica (Grácio; Oliveira, 2017).

Uma das principais subáreas dos EMI é a Bibliometria, amplamente utilizada para analisar a produção científica, avaliar a disseminação do conhecimento e identificar tendências em diferentes áreas. Conforme Pritchard (1969), a Bibliometria se baseia em métodos matemáticos e estatísticos para quantificar aspectos da comunicação escrita. Guedes e Borschiver (2005) ressaltam que essa disciplina desempenha um papel essencial na construção dos fundamentos teóricos da Ciência da Informação, ao investigar os aspectos quantitativos da produção e do uso da informação científica (Tague-Sutcliffe, 1992). Por meio dessa abordagem, é possível situar a produção científica de países, instituições e pesquisadores no contexto global, destacando sua relevância e impacto (Macias-Chapula, 1998).

A Bibliometria é fundamentada em três leis clássicas, são elas:

- a) Lei de Lotka – conhecida como Lei do Quadrado Inverso, foi apresentada por Alfred J. Lotka em 1926. Essa lei observa a distribuição desigual da produtividade entre autores, destacando que poucos pesquisadores são altamente produtivos, enquanto a maioria contribui com menos frequência. Essa dinâmica reflete a relevância dos autores prolíficos em suas áreas de atuação (Oliveira, 2018);
- b) Lei de Bradford – publicada em 1934, essa lei analisa a dispersão de artigos em periódicos de uma área específica. Ela propõe a organização dos periódicos em zonas de relevância, com um núcleo central formado pelas publicações mais produtivas, seguido por zonas subsequentes com menor densidade temática. Esse modelo facilita a identificação de fontes essenciais para cada área do conhecimento (Bradford, 1961);
- c) Lei de Zipf – criada em 1949, essa lei examina a frequência de palavras em textos, identificando os termos mais usados para descrever um tema. A regularidade no uso de determinadas palavras reflete a centralidade do vocabulário em áreas científicas, o que facilita a recuperação e indexação de informações relevantes (Guedes; Borschiver, 2005; Ferreira; Côrrea, 2018).

A Bibliometria utiliza ferramentas adicionais, além dessas leis, como o acoplamento bibliográfico¹, a cocitação e o Fator de Impacto (FI), que avaliam conexões entre autores e publicações. Também são relevantes os conceitos de obsolescência da literatura e vida média, que medem o tempo de uso das publicações, e a identificação de frentes de pesquisa, que revelam temas emergentes em diferentes áreas. Esses indicadores são fundamentais para mapear o impacto, a relevância e a evolução do conhecimento científico, sendo amplamente aplicados na gestão e no planejamento de políticas científicas (Oliveira, 2024).

3.2 Os indicadores bibliométricos desta pesquisa

Os indicadores bibliométricos são ferramentas amplamente aplicadas na análise da produção científica, sendo fundamentais para compreender o desenvolvimento do conhecimento em diferentes áreas. Eles são classificados em três categorias principais: produção, citação e colaboração. Cada uma dessas categorias oferece informações importantes sobre o ciclo de criação, disseminação e aplicação do conhecimento, contribuindo para o

¹ O acoplamento bibliográfico, proposto por Kessler (1963), identifica a relação entre documentos a partir das referências em comum. Essa técnica permite mapear o desenvolvimento de linhas de pesquisa e reconhecer núcleos acadêmicos, pesquisadores e artigos de destaque em determinada área do conhecimento (Grácio, 2016).

planejamento de políticas públicas em ciência e tecnologia (Mugnaini; Jannuzzi; Quoniam, 2004).

Esses indicadores possibilitam identificar diversos aspectos relacionados à produção científica, como os pesquisadores e instituições mais ativos, os temas mais abordados, as áreas com maior destaque, os idiomas predominantes e as palavras-chave mais utilizadas. Além disso, permitem mapear padrões de colaboração entre autores, instituições e países, além de analisar conexões científicas por meio de ferramentas como o acoplamento bibliográfico (Bufrem; Oliveira; Oliveira, 2023).

Ao oferecer uma visão detalhada da produção científica, esses indicadores possibilitam avaliar não apenas o volume de publicações, mas também a relevância e o impacto dos trabalhos produzidos. Assim, tornam-se indispensáveis para a criação de estratégias que impulsionem o avanço científico e tecnológico, fornecendo subsídios para fortalecer a pesquisa em diferentes contextos e áreas do conhecimento.

3.2.1 Indicadores de produção

Os indicadores de produção servem para avaliar a dinâmica da ciência, pois revelam o volume de publicações realizadas por países, instituições, pesquisadores ou grupos de pesquisa. Esses indicadores não apenas quantificam a produtividade científica, mas também ajudam a compreender o impacto que os autores e suas instituições exercem na comunidade científica em que estão inseridos (Grácio; Oliveira, 2011).

Além de identificar os principais produtores de conhecimento, esses indicadores permitem destacar as temáticas mais abordadas, trazendo visibilidade para áreas de maior relevância e impacto. Eles ajudam a mapear as tendências e o desempenho da ciência em diferentes contextos, demonstrando quem são os pesquisadores mais prolíficos, quais países lideram a produção acadêmica, e como as instituições contribuem para o avanço do conhecimento em suas respectivas áreas (Bufrem; Oliveira e Oliveira, 2023; Oliveira, 2018).

No contexto desta pesquisa, os indicadores de produção são usados para identificar os pesquisadores e periódicos com maior número de publicações, as subáreas do conhecimento mais exploradas e o progresso da produção científica no intervalo temporal analisado. Com isso, busca-se compreender não apenas a quantidade de publicações, mas também como o conhecimento tem sido gerado, difundido e consolidado sobre Relações Públicas Internacionais e Internacionalização.

Essa análise é essencial para destacar os atores mais relevantes e os temas centrais que orientam a pesquisa científica no campo estudado, contribuindo para uma visão ampla e estratégica da evolução da produção acadêmica.

3.2.2 Indicadores de citação

Os indicadores de citação são pilares essenciais na avaliação da comunicação científica, pois refletem o impacto e a relevância de uma pesquisa dentro da comunidade acadêmica. Quando um artigo é citado, ele ganha visibilidade, demonstrando que seu conteúdo é relevante e influente para outros pesquisadores. Como apontado por Meschini e Oliveira (2021), a citação de um trabalho pode criar um efeito multiplicador, onde o interesse por ele se amplia à medida que é referenciado em novas pesquisas, contribuindo para a consolidação de um seleto grupo de fontes de pesquisa.

A quantidade de citações que um artigo recebe está diretamente relacionada ao reconhecimento e prestígio do estudo. Quanto maior o número de vezes que um trabalho é citado, maior é sua contribuição percebida para a área de conhecimento, evidenciando sua influência e impacto. Além disso, as citações servem como uma espécie de rede interconectada de conhecimento, pois pesquisadores frequentemente consultam as referências bibliográficas de trabalhos relevantes, o que amplia ainda mais a visibilidade do estudo original (Bufrem, Oliveira e Oliveira, 2023).

O princípio subjacente ao uso de citações é que a ciência é um processo cumulativo e colaborativo. O conhecimento científico não é gerado de forma isolada, mas se constrói com base em resultados e teorias previamente desenvolvidos. Esse ciclo de referências cria uma interdisciplinaridade que conecta diferentes áreas do saber, fomentando a criação de novos conhecimentos e contribuindo para o progresso social e científico. Cada pesquisa, portanto, se apoia e, ao mesmo tempo, adiciona valor às contribuições de outros pesquisadores, reforçando a ideia de que a construção do conhecimento é um esforço coletivo.

No contexto desta pesquisa, os indicadores de citação aplicados incluem:

1. Fator de Impacto: calculado pela divisão entre o número total de citações dos artigos indexados em um ano e o número de artigos publicados nos dois anos anteriores.
2. Frente de Pesquisa: identifica o núcleo de estudos relacionados ao tema principal da pesquisa.
3. Quartil (Q1 a Q4): classifica periódicos em quatro níveis, sendo o Q1 composto pelas publicações de maior impacto e visibilidade.

4. SNIP (Source Normalized Impact per Paper): avalia as citações reais de um periódico em relação às citações esperadas dentro da sua área de conhecimento.

Esses indicadores fornecem uma visão abrangente do impacto e relevância dos artigos analisados, ajudando a identificar os estudos mais influentes e as conexões existentes na área de Relações Públicas. Dessa forma, eles contribuem para mapear a disseminação e o alcance das ideias dentro da produção científica.

3.2.3 Indicador de colaboração

A colaboração científica é um processo que ocorre por meio de interações e trabalhos conjuntos entre pesquisadores ou instituições, com o objetivo de criar conhecimentos. Katz e Martin (1997) destacam que a colaboração proporciona uma base de suporte que potencializa os resultados e otimiza a qualidade da produção científica. Ao unir habilidades, recursos e conhecimentos diversos, a colaboração permite que as pesquisas se tornem mais eficientes e abrangentes, promovendo avanços significativos em diferentes áreas do saber.

Entre os elementos que sustentam a colaboração científica, estão as redes de interação entre pesquisadores, conhecidas como “colégios invisíveis”, as normas disciplinares, as políticas científicas nacionais e internacionais, a revisão por pares e os sistemas de reconhecimento e premiação (Sonnenwald, 2008). Esses componentes criam um ambiente favorável para o trabalho colaborativo, possibilitando maior integração entre pesquisadores e instituições.

Subramanyam (1983) identifica diferentes tipos de colaboração científica, que variam conforme o contexto e as necessidades dos projetos:

1. Colaboração professor-aluno: comum no ambiente acadêmico, ocorre quando o professor oferece ideias, orientação e, ocasionalmente, suporte financeiro a um estudante ou assistente de pesquisa que realiza atividades operacionais.
2. Colaboração entre colegas: prática comum em centros de pesquisa, onde especialistas contribuem com seus conhecimentos em projetos interdisciplinares.
3. Colaboração supervisor-assistente: típica de projetos que demandam uso intensivo de equipamentos especializados ou instalações laboratoriais.
4. Colaboração pesquisador-consultor: envolve a parceria de um pesquisador com especialistas para tarefas específicas, como análise de dados.
5. Colaboração entre instituições: pesquisadores de diferentes instituições trabalham juntos em projetos de interesse mútuo.

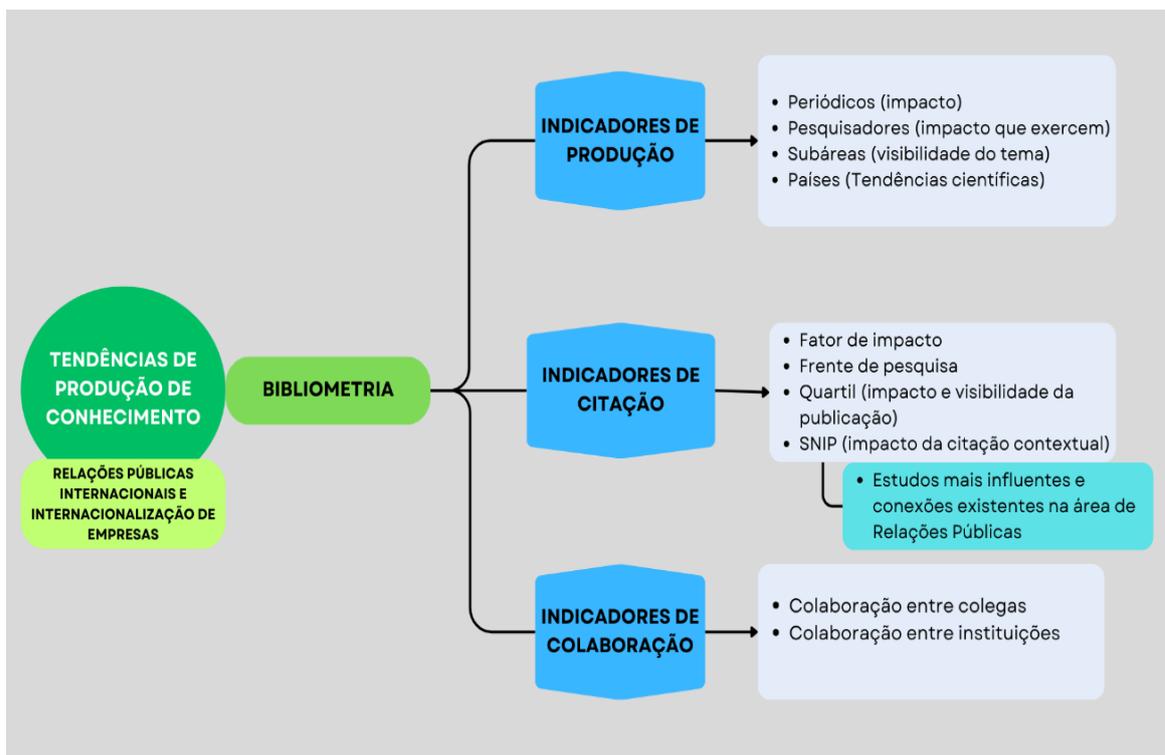
6. Colaboração internacional: parcerias entre pesquisadores de diferentes países, ampliando o alcance e impacto das pesquisas.

Essas formas de colaboração surgem como estratégias para aumentar a produtividade científica, diversificar fontes de financiamento e ampliar a visibilidade dos trabalhos (Vanz e Stumpf, 2010). Contudo, o crescimento da colaboração trouxe também desafios, como determinar a autoria de trabalhos científicos. Em alguns casos, a atribuição inadequada de créditos pode gerar descontentamento e comprometer a dinâmica da equipe (Hilário, 2020).

É importante distinguir a coautoria da colaboração científica. A coautoria reflete uma participação efetiva no desenvolvimento do trabalho, abrangendo atividades como redação, coleta de dados, análise de resultados e revisão. Já a colaboração científica pode incluir contribuições indiretas, como sugestões de leituras, esclarecimento de dúvidas ou orientações sobre metodologia e estrutura do texto (Hilário, 2020).

No contexto da pesquisa bibliométrica, os indicadores de colaboração revelam padrões de interação entre autores e instituições. Essas métricas são essenciais para mapear redes científicas e identificar as principais dinâmicas que impulsionam a produção colaborativa na área de Relações Públicas sobre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas.

Figura 1 - Desenho teórico da pesquisa bibliométrica



Considerando o que se expôs até este momento, questiona-se: qual a tendência nas publicações científicas brasileiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais? Quais os periódicos e autores mais prolíficos? Como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas?

Assim, para responder estas questões, pretende-se:

- a) caracterizar a produção científica no banco de dados Scopus sobre o tema Relações Públicas Internacionais (RPI) e Internacionalização ou sobre Relações Públicas Internacionais, utilizando indicadores métricos de produção, citação e colaboração no período de 2020 a 2024, no campo de Comunicação e Informação,
- b) revelar a tendência nas publicações científicas brasileiras e estrangeiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais,
- c) revelar os periódicos e autores mais prolíficos, e
- d) indicar como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas.

4 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA DA INVESTIGAÇÃO

Considerando as questões “qual a tendência nas publicações científicas brasileiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais? Quais os periódicos e autores mais prolíficos? Como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas?”; considerando que para respondê-las precisar-se-á:

- a) caracterizar a produção científica no banco de dados Scopus sobre o tema Relações Públicas Internacionais (RPI) e Internacionalização ou sobre Relações Públicas Internacionais, utilizando indicadores métricos de produção, citação e colaboração no período de 2020 a 2024, no campo de Comunicação e Informação,
- b) revelar a tendência nas publicações científicas brasileiras e estrangeiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais,
- c) revelar os periódicos e autores mais prolíficos, e
- d) indicar como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas.

Optou-se pela realização de pesquisa exploratória desenvolvida em dois momentos e por dois métodos: no primeiro momento, a realização de pesquisa bibliográfica para revisão de literatura sobre: Relações Públicas Internacionais, Relações Públicas Internacionais e suas relações com a internacionalização de empresas brasileiras e produção de pesquisas sobre o tema. Esta revisão de literatura provocou uma pesquisa bibliográfica sobre: Organização de Conhecimento, suas métricas para identificar padrões no comportamento de produção científica e a bibliometria e seus indicadores. No segundo momento, a realização da pesquisa bibliométrica para revelar dados sobre a produção de pesquisas e publicação de artigos científicos a respeito das RPI e de sua relação com o processo de internacionalização de empresas brasileiras.

O Scopus² foi escolhido por ser um dos maiores bancos de dados acadêmicas, reunindo publicações de alto impacto em diversas áreas. Com ferramentas avançadas de análise bibliométrica, permite avaliar produção científica, citações e colaborações. Como banco de dados internacional, oferece um panorama global das tendências em RPI, facilitando a

² Para mais informações: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus>

identificação de autores, periódicos e redes de pesquisa. Sua ampla cobertura garante uma análise confiável e representativa do desenvolvimento do conhecimento na área.

O recorte temporal de 2020 a 2024 foi selecionado com o objetivo de analisar as tendências mais recentes na área, considerando as transformações ocorridas no período pós-pandemia. Esse contexto trouxe novos desafios e dinâmicas para a comunicação global, impactando diretamente as estratégias e práticas das Relações Públicas Internacionais.

4.1 Revisão de literatura

A revisão de literatura é o resultado da pesquisa bibliográfica (Marconi; Lakatos, (2010) que reuni um corpo de conhecimentos chamado de “Fundamentação Teórica” sobre o objeto de estudo, podendo incluir, também, um método específico de pesquisa. Neste caso, a pesquisa bibliográfica foi realizada a partir de duas estratégias: a crítica externa (do texto) sobre livros, capítulos de livros e artigos científicos que abordassem Relações Públicas Internacionais e sobre internacionalização. Depois, passou-se à crítica interna (do valor do conteúdo) das referências selecionadas (Marconi; Lakatos, 2010). Ou seja, “aprecia a obra e forma um juízo sobre a autoridade do autor e o valor que representa o trabalho e as ideias nele contidas” (Marconi; Lakatos 2010, p.31).

Ultrapassada essa etapa, foram feitas as críticas (externa e interna) sobre livros, capítulos de livros e artigos científicos que abordassem bibliometria e indicadores bibliométricos, uma necessidade revelada pela “produção de conhecimento baixa, quase estagnada, indicando que as pesquisas sobre o tema ainda não são populares no âmbito acadêmico” (Jerônimo *et. al.*, 2024, p.1) e pela “inexistência de um corpo teórico sobre o tema” (Ferrari, 2006, p. 85). Foi preciso aprofundar um pouco mais a respeito comportamento de produção científica sobre Relações Públicas Internacionais. Das revisões de literatura foi possível criar o desenho teórico desta pesquisa apresentado na Figura 1 na seção 4.

4.2 Pesquisa bibliométrica

Com base em Pritchard (1969), Subramanyam (1983), Tague-Sutcliffe (1992), Katz e Martin (1997), Macias-Chapula (1998), Guedes e Borschiver (2005), Vanz e Stumpf (2010), Grácio e Oliveira, (2011), Camargo e Barbosa (2018), Oliveira (2018), Ferreira; Côrrea (2018), Sonnenwald (2008), Hilário (2020) Meschini e Oliveira (2021) e Bufrem; Oliveira; Oliveira

(2023), todos teóricos do campo da Ciência da Informação, passou-se a desenvolver a pesquisa bibliométrica, com as seguintes etapas:

Etapa 1: Escolha do banco de dados Scopus e do período (2020 a 2024) de extração dos artigos nele contidos.

Etapa 2: Realizou-se a pesquisa no Scopus utilizando a seguinte sintaxe: "relações AND públicas AND internacionais AND internacionalização de empresas", não foram encontrados resultados. Restringiu-se os termos para "relações AND públicas AND internacionais"; e foram utilizados os seguintes filtros: publicações nos campos de Comunicação e Informação e Ciências Sociais, priorizando o idioma português, com recorte temporal entre 2020 e 2024. A busca gerou apenas um artigo, publicado em português, que estava diretamente relacionado ao tema, revelando escassez de publicação brasileira no Scopus, no período de 2020 a 2024.

Etapa 3: Ampliação de busca. Em 10 de dezembro de 2024, foi realizada uma segunda busca no Scopus, utilizando nova sintaxe: TITLE-ABS-KEY (International AND Public AND relations) AND PUBYEAR > 2020 AND PUBYEAR < 2024 AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "SOCI")) AND (LIMIT-TO (EXACTKEYWORD, "International Public Relations"). Foram utilizados os seguintes filtros: publicações nos campos de Comunicação e Informação e Ciências Sociais, priorizando os idiomas inglês, espanhol e português, mantendo o recorte temporal. A segunda busca gerou nove (9) artigos em inglês, um (1) artigo em espanhol e um (1) artigo em português.

Quadro 1 – Resultados da busca por termos em inglês no Scopus (2020-2024)

| TÍTULO | AUTOR(ES) | ANO | CITAÇÕES RECEBIDAS ³ |
|--|---|------|---------------------------------|
| 1.Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media. | Kiambi, D.; Kioussis, S.; Arceneaux, P. | 2024 | 1 |
| 2.Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu's | Ertem-Eray, T. | 2023 | 1 |

³ As citações recebidas no banco de dados Scopus representam o número de vezes que um artigo foi referenciado em outros trabalhos acadêmicos indexados nessa base de dados. A consulta às citações pode ser feita diretamente na plataforma, bastando acessar a lista de resultados de pesquisa e clicar no número de citações exibido ao lado do registro do documento para visualizar os trabalhos que o referenciaram. Para mais informações: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus>

| | | | |
|--|-----------------------------------|------|----|
| theoretical lens to inform public diplomacy efforts. | | | |
| 3.Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors. | Lee, S.; Chung, S.; Lee, E. | 2023 | 7 |
| 4.International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabic. | Mohammed, I.A.; Mohammad, A.J. | 2022 | 0 |
| 5.Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital. | Marschlich, S.; Ingenhoff, D. | 2021 | 16 |
| 6.Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agentes. | Miño, P.; Saffer, A.J. | 2021 | 8 |
| 7.The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy. | Marschlich, S.; Ingenhoff, D. | 2021 | 9 |
| 8.Public diplomacy and related concepts from the perspective of Lasswell's communication model. | Saliu, H. | 2020 | 6 |
| 9.Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics | Zhu, Y. | 2020 | 1 |

Fonte: Scopus (2024)

Quadro 2 – Resultado da busca por termos em espanhol no Scopus (2020-2024)

| TÍTULO | AUTOR(ES) | ANO | CITAÇÕES RECEBIDAS |
|---|-----------------------|------------|---------------------------|
| 1.Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas. | Giraldo Dávila, A. F. | 2024 | 0 |

Fonte: Scopus (2024)

Quadro 3 – Resultado da busca por termos em português no Scopus (2020-2024)

| TÍTULO | AUTOR(ES) | ANO | CITAÇÕES RECEBIDAS |
|---|--------------------------|------------|---------------------------|
| 1.Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa. | Pimentel, P.; Slongo, B. | 2021 | 0 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Fonte: Scopus (2024)

Etapa 4: Selecionados os artigos científicos, foi observado os seguintes conteúdos: autor(es), título dos documentos, contagem de citações, afiliações, resumo, palavras-chave e idioma. Na análise das palavras-chave, por exemplo, foi utilizada a ferramenta VosViewer, pois ela permite a visualização dos termos mais proeminentes. Por fim, os dados foram coletados e organizados no software Excel, o que contribuiu para a criação de gráficos e cálculos necessários para cumprir com os objetivos foram analisados onze (11) artigos (Quadros 1, 2 e 3).

Etapa 5: Do desenho teórico (Figura 1), foram escolhidos os indicadores bibliométrico: de produção, de citação e de colaboração. Os indicadores bibliométricos Fator de Impacto, Quartil e SNIP foram encontrados nos periódicos dentro do banco de dados Scopus.

Etapa 6: Descrição dos artigos selecionados.

Etapa 7: Análise quantitativa dos indicadores bibliométricos selecionados.

Etapa 8: Discussão dos resultados quantitativos a partir da fundamentação teórica sobre os modelos de RPI e as tendências das produções científicas.

Na próxima seção, apresenta-se os resultados das etapas 6 e 7.

5 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Com o objetivo de: a) caracterizar a produção científica no banco de dados Scopus sobre o tema Relações Públicas Internacionais (RPI) e Internacionalização, utilizando indicadores métricos de produção, citação e colaboração no período de 2020 a 2024, na campo de Comunicação e Informação, b) revelar a tendência nas publicações científicas brasileiras sobre a conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais, c) revelar os periódicos e autores mais prolíficos e d) indicar o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas, passou-se a descrever e analisar os artigos sobre Relações Públicas Internacionais encontrados no Scopus entre 2020 e 2024.

5.1 Descrição dos artigos científicos (pela ordem cronológica do mais antigo para o mais novo e dos idiomas)

Inicia-se a descrição dos artigos científicos organizando-os cronologicamente, do mais antigo para o mais recente, abrangendo o período coletado (2020-2024). Além disso, serão descritos os idiomas em que foram publicados, considerando artigos em inglês, espanhol e português, na ordem, a fim de compreender a distribuição linguística das pesquisas na área de Relações Públicas Internacionais.

5.1.1 Em inglês

Em inglês, foram nove (9) artigos publicados no período de 2020 a 2024.

Em 2020, dois artigos foram publicados, ambos com enfoque na diplomacia. O primeiro “*Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics*” (Zhou, Y.) que fala sobre as relações públicas internacionais de uma perspectiva mais mídia estrangeira e diplomacia ao abordar sobre uma análise de como os meios de comunicação estrangeiros influenciam a resposta psicológica e comportamental do público chinês diante de problemas nacionais, especificamente no contexto da poluição atmosférica, o estudo destaca a importância da acessibilidade e do vínculo psicológico com os meios estrangeiros para mobilizar os públicos em questões ambientais..

O segundo artigo, *“Public diplomacy and related concepts from the perspective of Lasswell's communication model”* (Saliu, H.), fala sobre esclarecer as diferenças entre diplomacia pública e conceitos relacionados, como diplomacia tradicional, política externa, relações públicas internacionais, propaganda e marca nacional; frequentemente vistos como sinônimos, esses conceitos são analisados à luz do modelo de comunicação de Lasswell, que considera os elementos "quem diz o quê, por qual canal, para quem e com que efeito".

Com três artigos publicados, 2021 apresentou maior diversidade temática. O primeiro *“The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy”* (Marschlich, S., Inghoff, D.), que investiga como as relações públicas contribuem para a diplomacia empresarial, ajudando organizações a identificar e atender às expectativas sociais no país onde operam. Baseado no neo-institucionalismo e na teoria das relações públicas, o estudo utilizou entrevistas com 25 executivos de relações públicas nos Emirados Árabes Unidos para entender esse papel.

O artigo *Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents* (Miño, P., Saffer, A.J.) questiona a ideia tradicional de que organizações estrangeiras atuam de forma independente na construção da imagem de seus países no exterior. O estudo utiliza dados do *Foreign Agents Registration Act* (FARA) para revelar como organizações da América Latina se conectam a agências de relações públicas norte-americanas, formando redes diretas e indiretas de influência que impactam os esforços comunicacionais. A análise documenta as estruturas dessas redes, identificando os tipos de organizações com posições estratégicas que influenciam a produção de relações públicas internacionais. Em um nível macro, os resultados mostram que os efeitos das relações públicas estão ligados à estrutura das redes, aos pontos onde o conteúdo é produzido e às posições dos principais atores nessas redes.

E por último em 2021, o artigo *Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital* (Marschlich, S., Inghoff, D.), que explora como a diplomacia empresarial contribui para a criação de capital social por meio do engajamento com stakeholders. Baseado em entrevistas com 25 executivos de relações públicas nos Emirados Árabes Unidos, o estudo revela que o envolvimento com stakeholders, especialmente instituições governamentais, é fundamental e depende do diálogo e da tomada de decisões coletivas. O cultivo de relações pessoais é destacado como essencial no engajamento com o governo, enquanto as interações com outras empresas multinacionais são mais distantes. Ambos os tipos de relações contribuem para a geração de capital social, promovendo recursos como lealdade e confiança. O estudo conclui que diferentes estratégias

de engajamento ajudam a apoiar tanto as empresas quanto os stakeholders locais, além de sugerir implicações práticas e caminhos para pesquisas futuras.

Em 2022, teve uma queda, com apenas 1 artigo publicado em inglês. O “*International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabi*” (Mohammed, I.A., Mohammad, A.J.), que analisa as estratégias de relações públicas internacionais utilizadas pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros alemão em seu site em árabe. A pesquisa busca identificar como essas estratégias são aplicadas para comunicar mensagens ao público-alvo. Utilizando o método de análise de conteúdo, o estudo analisou publicações do site no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020. Os resultados indicaram que o Ministério fez uso intensivo de estratégias de relações públicas, com destaque para a repetição e a persuasão como as abordagens mais frequentes para alcançar seus objetivos de comunicação.

Dois artigos publicados em 2023 aprofundaram o impacto da globalização e do capital social nas RPI. Sendo o primeiro “*Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors*” (Lee, S., Chung, S., Lee, E.) que analisa a expansão global das agências de relações públicas (RP) e os fatores que influenciam sua distribuição em 101 países.

A pesquisa utilizou análise de clusters⁴ e regressões lineares múltiplas⁵ para categorizar os países em quatro grupos:

- (1) países de topo globalizados,
- (2) países principais globalizados,
- (3) países em globalização e
- (4) países periféricos.

Os resultados mostram que a globalização da indústria de RP em um país está relacionada a fatores como democracia, PIB, investimento direto estrangeiro, Estado de direito, cultura (como distância ao poder e orientação a longo prazo) e penetração da internet. O estudo analisou 114 agências globais de RP e destacou a influência das características políticas, econômicas, jurídicas, culturais e mediáticas na expansão dessas organizações.

⁴ A análise de clusters é uma técnica estatística que organiza dados em grupos homogêneos, permitindo a identificação de padrões e tendências. Essa abordagem é amplamente utilizada para segmentar informações e compreender conexões dentro de um conjunto de dados. Para mais informações: <https://www.trecsson.com.br/blog/economia-e-financas/analise-de-cluster>

⁵ O modelo de regressão linear múltipla é uma técnica estatística usada para analisar a relação entre uma variável dependente (resultado) e duas ou mais variáveis independentes (fatores que influenciam o resultado). Ele ajuda a identificar padrões e prever tendências com base nos dados disponíveis. Para mais informações, acesse: <https://www.datacamp.com/pt/tutorial/multiple-linear-regression-r-tutorial>

Já o segundo artigo de 2023, “*Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu’s theoretical lens to inform public diplomacy efforts*” (Ertem-Eray, T.) explora como teorias críticas e pós-modernas podem enriquecer a prática da diplomacia pública. Ele utiliza a Teoria da Prática de Pierre Bourdieu para expandir o modelo econômico-cultural (MEC) das relações públicas.

Por meio de entrevistas com membros da organização *Sister Cities International* (SCI), o estudo analisa como fatores estruturais e capital social influenciam os esforços de diplomacia pública. Os resultados indicam que o capital social, entendido como recursos adquiridos por meio de relações institucionais e participação em grupos, desempenha um papel crucial na construção de significado cultural. O MEC, que relaciona cultura e poder, é complementado pelo conceito de capital cultural de Bourdieu, que destaca a educação como um fator significativo para gerar significado.

Em 2024, o artigo publicado aborda casos regionais e a influência midiática das RPI. O artigo “*Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm’s engagement and Kenya’s portrayal in U.S. media*” (Kiambi, D., Kioussis, S., Arceneaux, P.), estuda investiga a relação entre o envolvimento de uma empresa de relações públicas dos EUA, contratada pelo governo queniano, e as mudanças no tom da cobertura midiática sobre o Quênia nos principais meios de comunicação dos EUA.

Através de uma análise quantitativa de conteúdo, os pesquisadores identificaram uma mudança significativa para uma cobertura mais positiva do Quênia durante o período de envolvimento da empresa de RP. O estudo não afirma causalidade direta, mas destaca a importância das atividades estratégicas de relações públicas na influência das narrativas midiáticas. Os resultados evidenciam a dinâmica entre as práticas de RP internacionais e o enquadramento midiático, oferecendo uma visão sobre o impacto potencial das estratégias de RP na formação da imagem nacional em um contexto global.

5.1.2 Em espanhol

Em espanhol, 1 artigo foi publicado em 2024. O artigo publicado abordar casos regionais e a RPI no contexto empresarial. “*Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas*” (Giraldo, D.; Andrés F.) que investiga como as corporações transnacionais originárias da Colômbia, conhecidas como multilatinas, comunicam suas estratégias de relações públicas entre suas matrizes e as subsidiárias em outros países.

Para isso, o estudo utilizou uma análise Delphi com 20 especialistas latino-americanos e uma pesquisa com 24 diretores de comunicação (Dircom) de organizações desse tipo na Colômbia, realizada em 2021. A pesquisa identificou que a principal estratégia de comunicação das multilatinas colombianas no cenário internacional envolve o alinhamento estratégico entre as matrizes e as subsidiárias, visando o posicionamento adequado das empresas no exterior.

5.1.3 Em português

Em português, apenas um artigo foi publicado em 2021: “*Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa*” (Pimentel, P.; Slongo, B). Este artigo aborda a prática das Relações Públicas Internacionais (RPI) no contexto da globalização e dos avanços tecnológicos. Ele identifica uma lacuna nas pesquisas acadêmicas, que frequentemente se limitam a aspectos de comunicação intercultural, ignorando o potencial de uma análise baseada no arcabouço institucional. O ensaio propõe integrar a perspectiva teórica do neoinstitucionalismo e das lógicas institucionais ao estudo das RPI. Além de discutir fundamentos essenciais dessa prática, o artigo apresenta um modelo conceitual teórico e sugere uma agenda de pesquisa para guiar futuros estudos na área.

Os dados apontam para uma escassez de publicações na área de RPI, com apenas 11 artigos publicados em quase cinco anos, o que é insuficiente para atender à complexidade do tema. A maior concentração de estudos ocorreu em 2021, mas os anos subsequentes mostraram uma queda na produção científica. Além disso, os temas variam desde a diplomacia empresarial até a influência de narrativas midiáticas, o que demonstra a amplitude das aplicações das RPI.

No entanto, a ausência de estudos mais específicos sobre a relação entre RPI e internacionalização de empresas reflete uma lacuna significativa, especialmente no contexto brasileiro. Essa carência reforça a necessidade de novos estudos que explorem as práticas de RPI no cenário empresarial global, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada de suas aplicações estratégicas. Trabalhos futuros podem e devem expandir essa discussão, trazendo maior relevância acadêmica e prática para o campo das Relações Públicas Internacionais.

5.2 Análise dos indicadores bibliométricos

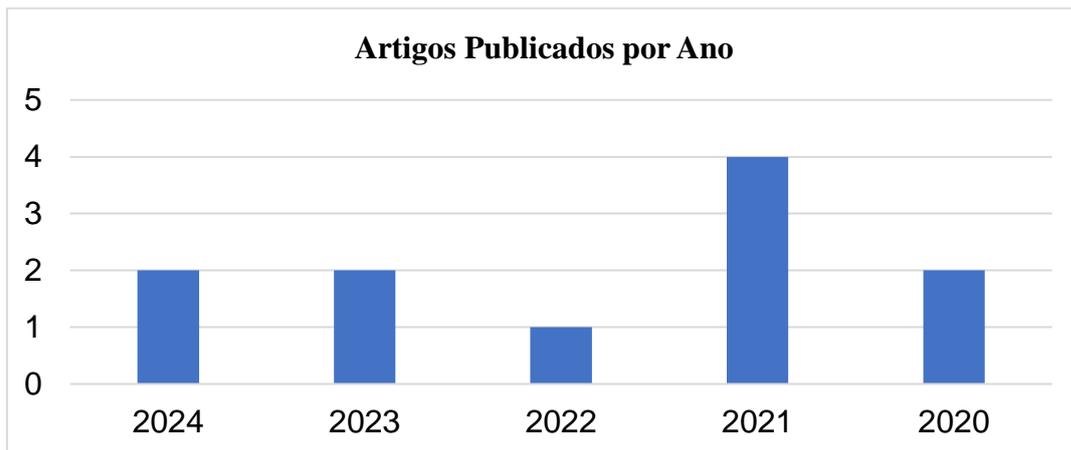
No que versem a análise dos indicadores bibliométrico, é devido lembrar que, neste caso, os indicadores de produção, de citação e de colaboração ajudarão revelar a tendência nas

publicações científicas (brasileiras e estrangeiras) sobre a produção de conhecimento a respeito da conexão entre Relações Públicas Internacionais e internacionalização de empresas ou só sobre Relações Públicas Internacionais, apresenta-se as seguintes análises de dados.

5.2.1 Sobre as publicações por ano

Nesta análise, serão discutidos e analisados os dados sobre o tema. O gráfico 1 exibe a produção total dos artigos coletados por ano sobre o tema (11 artigos) e quantos artigos foram publicados por ano. Observa-se que foram publicados dois (2) artigos em 2020, quatro (4) em 2021, um (1) em 2022, dois (2) em 2023 e dois (2) em 2024, demonstrando a variação na produção acadêmica ao longo do período analisado.

Gráfico 1 - Publicações por ano dos artigos coletados



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A análise dos artigos publicados entre 2020 e 2024 sobre *Relações Públicas Internacionais* (RPI) evidencia uma diversidade de temas, com ênfase em diplomacia, estratégias comunicacionais e interações culturais.

Assim, apesar da contribuição relevante de alguns estudos, os dados apontam para uma baixa frequência de publicações na área, o que reflete um déficit na produção científica global sobre o tema.

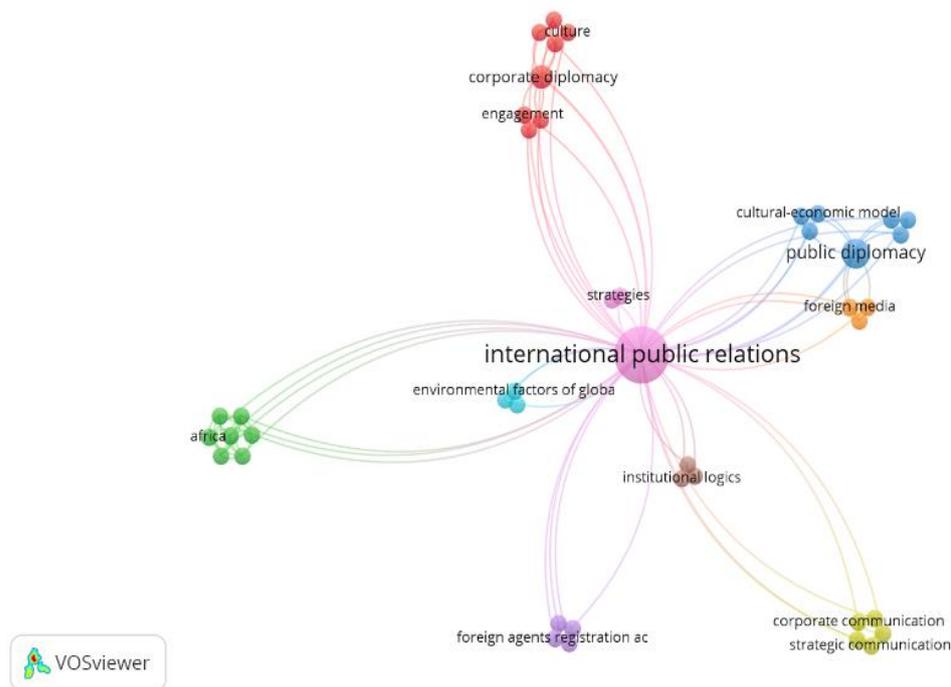
5.2.1.1 Análise das palavras-chave por ano

Foram extraídas as palavras chaves dos artigos, totalizando 43 termos não repetidos. Para análise, ligou-se os termos utilizados na busca para verificar quais outras expressões estão

ligadas de forma restrita com relações públicas internacionais e internacionalização de empresas.

Dentre os termos mais presentes, *international public relations* (relações públicas internacionais) aparece 11 vezes, *public diplomacy* (diplomacia pública) aparece 3 vezes e *corporate diplomacy* (diplomacia corporativa) aparece 2 vezes. Os termos restantes aparecem apenas 1 vez.

Figura 2 – Grafo representando coocorrência de todas as palavras-chaves dos artigos



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

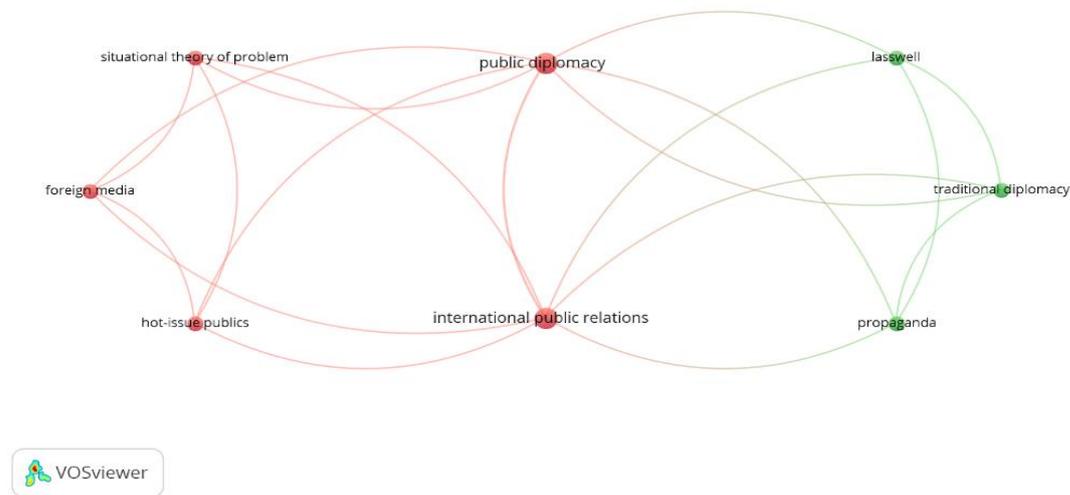
Na Figura 02, observa-se que os termos *África* e *Foreign Agents Registration Act* (Lei de Registro de Agentes Estrangeiros) não apresentam conexões com outros termos, especialmente *international public relations*. Isso se deve ao fato de que, na busca realizada no Scopus, foram utilizados os campos de título, resumo e palavras-chave. Assim, embora os artigos incluíssem esses termos no título ou no resumo, eles não eram necessariamente apresentados como palavras-chave.

Por esse motivo, os artigos foram incluídos, mas os termos não apresentam ligação direta entre si. Isso não implica que os artigos não tratem de temas relacionados à RPI; os autores, no entanto, não podem ter utilizado essas expressões como palavras-chave porque, provavelmente, seu foco está direcionado a outras áreas de pesquisa, não se identificando como

estudiosos de RPI e, conseqüentemente, não considerando esses termos prioritários para seus artigos.

A Figura 03 mostra a coocorrência de palavras-chave dos artigos de 2020. Nela nota-se uma dispersão de termos, sendo que o mais presente é *internacional public relations*, seguida de *public diplomacy*.

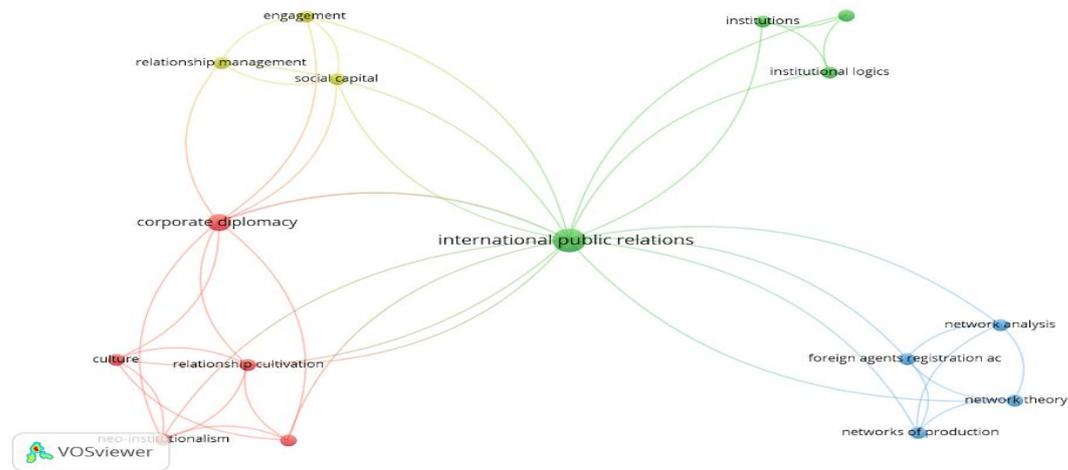
Figura 3 – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2020



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A Figura 04 expõe as palavras-chave utilizadas nos artigos publicados em 2021, os anos com mais publicações (4). Mais uma vez *internacional public relations* e *public diplomacy* são as mais citadas, mas nesse ano temos mais ao todo palavras-chaves diferentes como *foreign agents registration act*, *neo-institucionalism* (neo-institucionalismo) e *social capital* (capital social).

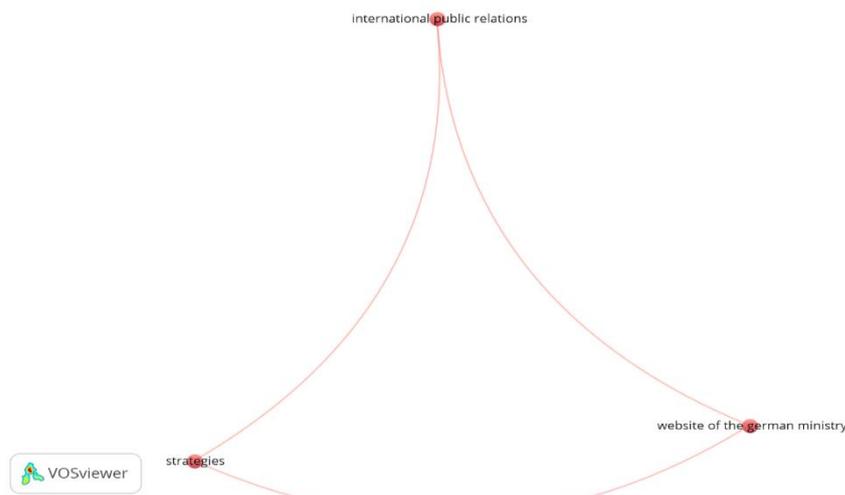
Figura 4 – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2021



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A Figura 05 mostra a coocorrência de palavras-chave do único artigo de 2022. Observa-se o termo internacional *public relations* presente, em seguida de *strategies* (estratégias) e *website of german ministry* (site do ministério alemão).

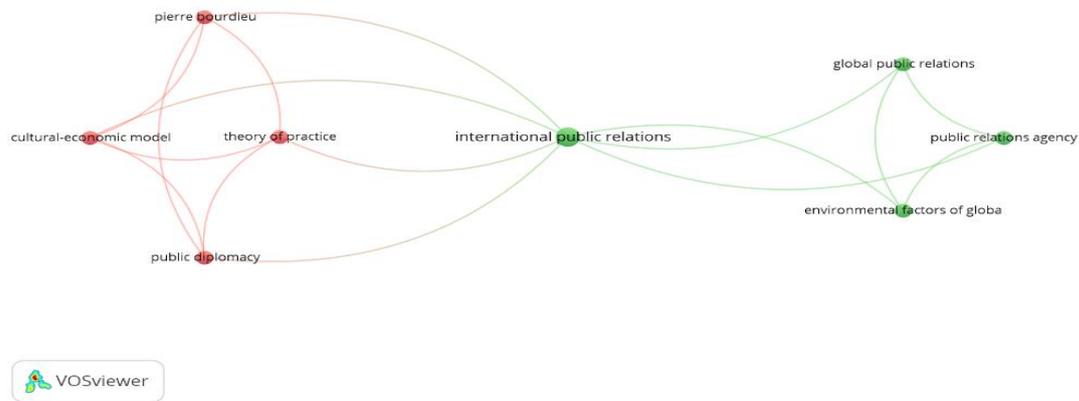
Figura 5 – Grafo representando coocorrência das palavras-chave do artigo de 2022



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Já a Figura 06 expõe a coocorrência de palavras-chave nos artigos de 2023. O termo *internacional public relations* é o mais citado mais uma vez, assim como *public diplomacy* é citado em menor escala ao lado de *global public relations* (relações públicas globais) e *public relations agency* (agência de relações públicas).

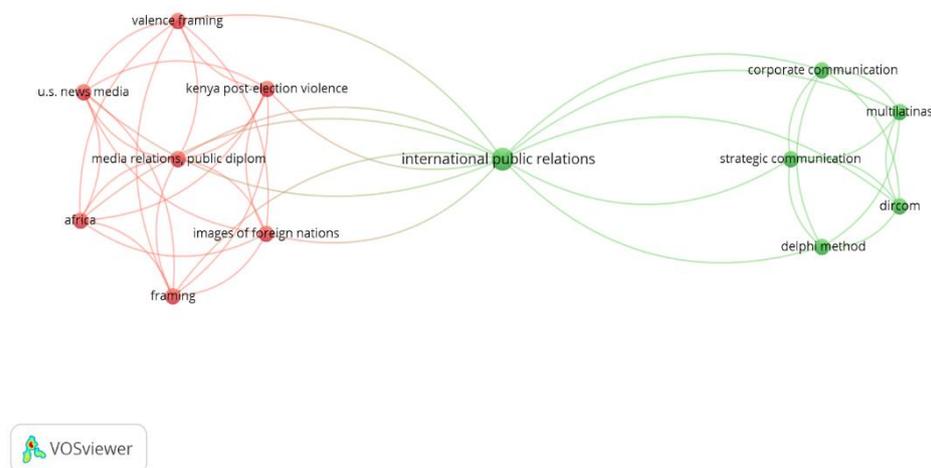
Figura 6 – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves do artigo de 2023



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Por fim, a Figura 07 exibe as palavras-chave utilizadas nos artigos publicados em 2024. *Internacional public relations* é a palavra-chave mais citada, seguida de palavras como *media relations* (relações com a mídia), *corporate communication* (comunicação corporativa) e *strategic communication* (comunicação estratégica). Além de termos mais diferentes como *Africa*, *Kenya post-election violence* e *Valence framing*.

Figura 7 – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves do artigo de 2024



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A partir das figuras, verifica-se que a expressão internacional *public relations* é a mais presente em todos os anos, já *public diplomacy* aparece apenas dois anos. É evidente que esses conceitos se unem a um campo de estudo comum: a análise das relações e estratégias globais em comunicação.

Essa variação no uso dos termos pode refletir as preferências dos autores ao categorizar suas pesquisas ou os diferentes enfoques de dados em questões relacionadas à internacionalização e comunicação estratégica.

Alguns termos, como ato de registro de agentes estrangeiros e neoinstitucionalismo, aparecem de forma menos regular. Isso mostra que as pesquisas acompanham mudanças políticas, sociais e econômicas, focando em temas específicos que ganham relevância em determinados períodos. A cada ano, eventos importantes, como mudanças em políticas públicas ou novas tendências globais, influenciam os tópicos que os pesquisadores escolhem explorar.

Nos anos 2021 e 2024, houve maior diversidade de palavras-chave, revelando novas abordagens nos estudos. No entanto, os termos “relações públicas internacionais” se mantêm mais frequente, reforçando a sua importância do tema. Já expressões como “diplomacia pública” e “relações públicas globais” parecem com uma frequência menor, mas seus autores ainda demonstram interesse em conectá-los com outros aspectos da RPI e da comunicação internacional.

A variação e dispersão de termos ao longo do tempo mostram que a área de estudo das relações públicas é dinâmica e acompanha as transformações globais. Além disso, a escolha das palavras-chave pode refletir como os pesquisadores se veem: algumas podem não se considerar parte da área de relações públicas internacionais e, por isso, optar por outros termos mais alinhados às suas áreas principais.

De forma geral, os dados indicam que, embora certos conceitos se mantenham centrais, há uma busca explorar novos temas e metodologias reforça a importância de incentivar a colaboração entre áreas e integrar diferentes perspectivas para fortalecer os estudos das relações públicas internacionais.

Durante a análise, não se identificou a presença significativa de termos relacionados diretamente à internacionalização. Todos os conceitos corporativos ou ligados a empresas apareceram exclusivamente como parte dos objetos de estudo dos artigos. Isso sugere que os pesquisadores não priorizaram a internacionalização como foco central em suas investigações, mas sim como um contexto em que se inserem temas mais singulares de relações públicas e de comunicação organizacional.

Por exemplo, termos como “diplomacia corporativa” e “comunicação estratégica” apareceram nos textos analisados, mas sempre associados ao estudo de empresas, suas estratégias e posicionamentos no cenário internacional. Esse padrão mostra que o foco das pesquisas esteve voltado mais para as dinâmicas internas ou estratégicas das organizações, em vez de uma análise mais ampla sobre o processo de internacionalização em si.

Essa ausência de destaque para termos ligados à internacionalização pode refletir a forma como os pesquisadores estruturaram seus estudos e escolheram abordar os temas. Muitos podem ter optado por uma abordagem mais abrangente sobre práticas corporativas e diplomáticas, sem se aprofundar nas dinâmicas de internacionalização como conceito-chave. Isso pode indicar que a área de Relações Públicas ainda tem espaço para expandir os estudos nessa direção, conectando mais diretamente as práticas de relações públicas com o processo de internacionalização das empresas

5.2.2 Indicadores de produção em periódicos

A seguir, apresenta-se o quadro com os periódicos nos quais os artigos analisados foram publicados, destacando a diversidade de veículos acadêmicos que contribuíram para a disseminação das pesquisas sobre Relações Públicas Internacionais e Internacionalização de Empresas.

Quadro 4 - Análise de todos os periódicos que publicaram os artigos

| Título | Artigos Publicados |
|--------------------------------------|---------------------------|
| Public Relations Review | 3 |
| Cuadernos.info | 1 |
| Public Relations Inquiry | 1 |
| Journal of Communication Management | 1 |
| Res Militaris | 1 |
| Estudos em Comunicação | 1 |
| Jahr | 1 |
| Global Media and Communication | 1 |
| Journal of Public Relations Research | 1 |

Fonte: Scopus (2024)

O periódico mais acessado foi o *Public Relations Review*. Nele, encontrou-se três (3) artigos publicados: "Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media" (Kiambi, D.; Kiouisis, S.; Arceneaux, P., 2024); "Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital" (Marschlich, S.; Ingenhoff, D., 2021); e "Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents" (Miño, P.; Saffer, A.J., 2021). Os outros oito (8) artigos foram publicados em outros períodos distintos, conforme foi exposto no quadro 4.

5.2.3 Indicadores de produção por pesquisador

Ao todo, dezoito (18) pesquisadores publicaram artigos no período da coleta de dados e, juntos, seus respectivos Índices H⁶ (h-index) puderam ser coletados (ver tabela 1). O Índice H mede o equilíbrio entre a produtividade científica (quantidade de publicações) e o impacto de citações (número de citações recebidas).

Esse indicador é amplamente utilizado para avaliar pesquisadores e instituições.

Tabela 1- Análise de todos os pesquisadores que publicaram os artigos

| Pesquisador | Artigos Publicados | H-index |
|----------------------|---------------------------|----------------|
| Ingenhoff, D. | 2 | 18 |
| Marschlich, S. | 2 | 5 |
| Arceneaux, P. | 1 | 6 |
| Chung, S. | 1 | 4 |
| Ertem-Eray, T. | 1 | 4 |
| Garcia, B.E.S. | 1 | 1 |
| Giraldo Dávila, A.F. | 1 | 2 |
| Kiambi, D. | 1 | 4 |
| Kiouisis, S. | 1 | 30 |
| Lee, E. | 1 | 1 |
| Lee, S. | 1 | 8 |
| Miño, P. | 1 | 3 |

⁶O Índice H é um indicador bibliométrico amplamente utilizado para avaliar o desempenho de pesquisadores e instituições, equilibrando a produtividade acadêmica (quantidade de publicações) e o impacto de citações (quantidade de citações recebidas). Esse índice permite visualizar a relevância de um pesquisador ao longo de sua carreira, medindo quantas vezes seus trabalhos são citados dentro da comunidade científica. Assim, o Índice H oferece um panorama mais completo do impacto da produção acadêmica, pois não apenas contabiliza publicações, mas também considera a influência dessas publicações por meio das citações recebidas. Para mais informações: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus/metrics>

| | | |
|----------------|---|----|
| Mohammad, A.J. | 1 | 0 |
| Mohammed, I.A. | 1 | 0 |
| Pimentel, P.C. | 1 | 3 |
| Saffer, A.J. | 1 | 19 |
| Saliu, H. | 1 | 6 |
| Zhu, Y. | 1 | 5 |

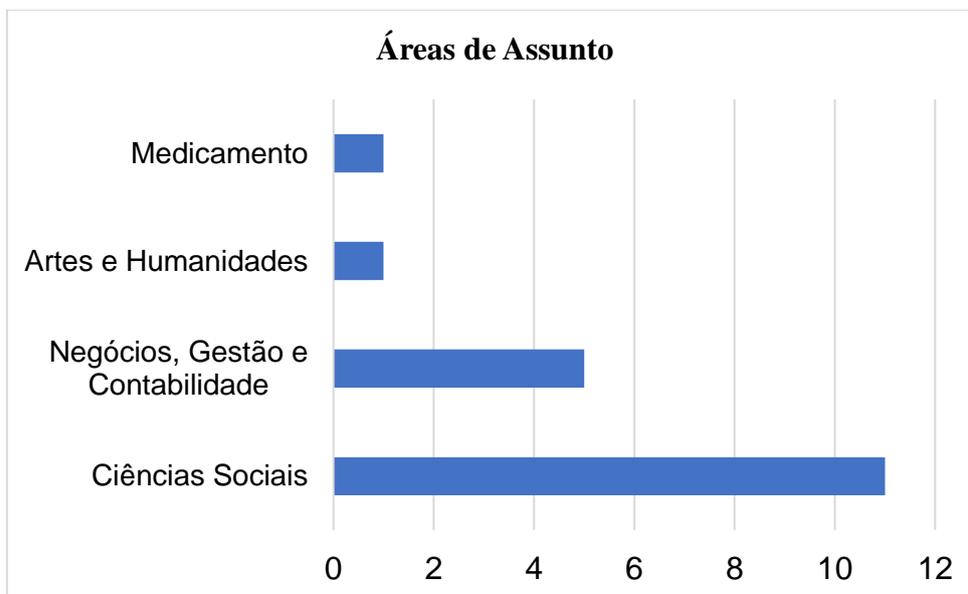
Fonte: Scopus (2024)

5.2.4 Indicadores de produção por subáreas

Nesta pesquisa, as Ciências Sociais foram escolhidas como a principal área do conhecimento para delimitar a coleta de dados, considerando sua relevância para o tema das Relações Públicas Internacionais (RPI). A plataforma Scopus, em suas métricas, também pode-se identificar outras áreas do conhecimento que possuem intersecções com as Ciências Sociais, permitindo uma análise interdisciplinar (ver gráfico 2).

Essas conexões refletem a amplitude do tema e sua capacidade de dialogar com diferentes olhares científicos, enriquecendo as discussões e perspectivas sobre RPI e internacionalização.

Gráfico 2 - Publicações por subárea dos artigos coletados



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

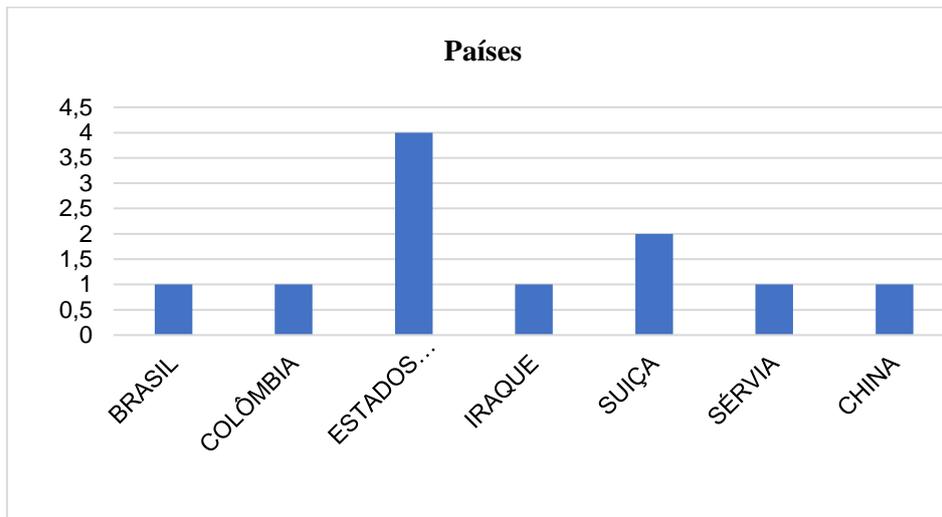
Os onze (11) artigos estão dentro da área das Ciências Sociais. As demais áreas como Negócios, Gestão e Contabilidade, Arte e Humanidades e Medicamento são as que se

relacionam com as Ciências Sociais. Essas áreas do conhecimento citadas são consideradas interdominais quando compartilham um espaço comum entre dois ou mais campos de produção de conhecimento.

5.2.5 Indicadores de produção por países

Dos onze (11) artigos analisados, a maioria foi publicada em países da América do Norte e da Europa, conforme ilustrado no Gráfico 3. Os Estados Unidos lideram com quatro (4) publicações, seguidos pela Suíça, com duas (2) publicações. Os demais países, incluindo Brasil, Colômbia e outros da Ásia e Oriente Médio, contribuíram com apenas uma publicação cada.

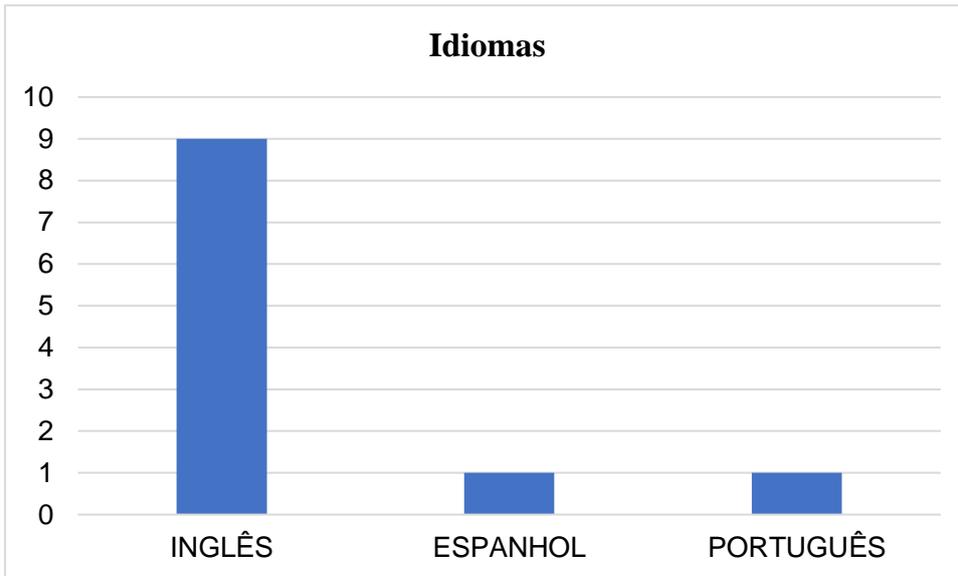
Gráfico 3 - Países em que os artigos foram publicados



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Entre os países não falantes de inglês, somente Brasil e Colômbia apresentaram artigos em suas línguas nativas. Essa distribuição demonstra a predominância de publicações em países de língua inglesa, refletindo uma forte centralização nesses países, conforme observado também no Gráfico 3, que aponta que apenas 2 dos 11 artigos foram publicados em idiomas que não o inglês.

Gráfico 4 - Idiomas que os artigos foram publicados



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

5.2.6 Indicadores de citação

Como todos os artigos coletados se resumem a apenas 11, todos são considerados Frente de Pesquisa⁷. A Tabela 1 mostra os dados referentes ao levantamento dos 11 periódicos, incluindo indicadores como Fator de Impacto, Quartil, SNIP.

Tabela 2 - Indicadores de citação

⁷ A Frente de Pesquisa, segundo Braga (1973, p. 12), refere-se ao conjunto de artigos mais citados dentro da literatura recente, sendo um indicador essencial para compreender as tendências e os avanços em determinada área do conhecimento. De acordo com a autora, "[...] os artigos surgidos a cada ano estão estreita e multiplamente relacionados a uma seleta pequena parte da literatura recente e relacionados remota e aleatoriamente a uma parte maior da literatura mais antiga". Dessa forma, Braga (1973) argumenta que apenas uma parcela restrita da produção científica recente mantém conexões diretas entre si, formando um núcleo de estudos inter-relacionados, enquanto a maior parte da literatura mais antiga apresenta relações menos frequentes e difusas. Além disso, para um autor ser considerado parte de uma Frente de Pesquisa, ele deve ter recebido, em média, pelo menos uma citação por ano (Araújo, 2006; Alves et al., 2017). Esse critério reforça a relevância e a atualidade dos pesquisadores e suas contribuições, permitindo identificar os trabalhos mais influentes e os direcionamentos emergentes da ciência em determinada área.

| PERIÓDICO | FI ⁸ | Quartil ⁹ | SNIP ¹⁰ | Subárea |
|--------------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------|--|
| Public Relations Review | 8,0 | Q1 | 1.763 | Comunicação e Informação |
| Journal of Public Relations Research | 5.6 | Q1 | 1.448 | Ciências Sociais |
| Journal of Communication Management | 5.4 | Q1 | 1.333 | Comunicação |
| Public Relations Inquiry | 4.1 | Q1 | 1.005 | Comunicação |
| Global Media and Communication | 2.5 | Q2 | 1.314 | Comunicação |
| Cuadernos.info | 1.8 | Q2 | 0.572 | Comunicação |
| Res Militaris | 0.7 | Q3 | 0.051 | Ciências Políticas e Relações Internacionais |
| Jahr | 0.6 | Q4 | 0.208 | Comunicação |
| Estudos em Comunicação | 0.5 | Q4 | 0.174 | Comunicação |

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os periódicos analisados foram agrupados em três categorias principais nos seguintes campos científicos: Comunicação, Ciências Sociais e Relações Internacionais. O campo da Comunicação foi o que teve maior representatividade, com os periódicos *Public Relations Review*, *Cuadernos.info*, *Public Relations Inquiry*, *Journal of Communication Management*, *Estudos em Comunicação*, *Jahr* e *Global Media and Communication*, revelando a predominância desse campo pesquisando sobre Relações Públicas Internacionais (RPI). O campo das Ciências Sociais foi representado pelo periódico *Journal of Public Relations Research*, o que causa estranheza já que Relações Públicas é área do Campo da Comunicação.

⁸ O Fator de Impacto (FI) é uma métrica usada para medir a relevância de periódicos científicos, com base na média de citações dos artigos publicados. No Scopus, o CiteScore é uma das principais ferramentas para avaliar esse impacto. Ele calcula as citações recebidas por um periódico durante um período específico, refletindo sua influência na comunidade acadêmica. Além de periódicos, o CiteScore também inclui livros, anais de conferências e publicações comerciais, oferecendo uma visão completa sobre a relevância das publicações científicas. Para mais informações: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus/metrics>

⁹ No Scopus, os quartis classificam periódicos científicos com base no seu impacto, dividindo-os em quatro grupos (Q1, Q2, Q3 e Q4) de acordo com métricas como CiteScore, Fator de Impacto e SNIP. Q1: Periódicos mais influentes (top 25%). Q2: Periódicos influentes, entre 25% e 50%. Q3: Periódicos entre 50% e 75% em impacto. Q4: Periódicos com menor impacto (25% menos citados). Essa classificação ajuda pesquisadores e instituições a escolherem periódicos de maior prestígio para publicar. Para mais informações: <https://www.scimagojr.com/>

¹⁰ O SNIP (Source-Normalized Impact per Paper) é uma métrica que ajusta o impacto das citações de um periódico de acordo com as características de sua área. Ao contrário do Fator de Impacto (FI), que não considera as diferenças entre disciplinas, o SNIP faz essa adaptação, permitindo uma comparação mais justa entre periódicos de campos diferentes. No Scopus, ele avalia o impacto considerando a frequência de citações na área do periódico, oferecendo uma visão equilibrada do impacto de publicações científicas. Para mais informações: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus/metrics>.

O periódico *Res Militaris* pertence aos Campos das Ciências Políticas e das Relações Internacionais, indicando espaço de publicações interdisciplinares.

Ao analisar a classificação dos periódicos por Quartil, observa-se que a maioria está concentrada nos dois níveis superiores, Q1 e Q2, que representam os periódicos mais relevantes e influentes na plataforma Scopus.

No Quartil Q1, encontra-se os periódicos *Public Relations Review*, *Journal of Public Relations Research*, *Journal of Communication Management* e *Public Relations Inquiry*, destacando-se por sua alta visibilidade e impacto acadêmico. Já no Quartil Q2, estão os periódicos *Global Media and Communication* e *Cuadernos.info* que, embora apresentem índices inferiores aos do Q1, continuam contribuindo significativamente para a disseminação de conhecimento. Os periódicos classificados em Quartis inferiores, como Q3 e Q4, incluem o *Res Militaris* e o *Estudos em Comunicação*, refletindo uma menor visibilidade e menor impacto na esfera científica, mas ainda mantendo relevância para áreas mais específicas de estudo.

Os periódicos classificados no Q1, destacam-se por sua alta influência, impacto e visibilidade. Esses periódicos atraem mais leitores e acumulam citações frequentes, reforçando sua posição como fontes de referência no campo da Comunicação. Já os periódicos do Q2, exibem reconhecimento relevante, embora apresentem menor visibilidade e impacto quando comparados aos do Q1.

Ainda que os periódicos classificados em Q3 e Q4 tenham menor impacto, todos contribuem significativamente para a disseminação do conhecimento em seus respectivos campos. Os dados quantitativos apresentados demonstram que a maior parte dos periódicos analisados pertence aos Quartis mais influentes, Q1 e Q2, evidenciando a predominância de publicações de alto impacto contendo o objeto Relações Públicas Internacionais.

Sobre os valores de SNIP contidos na tabela 2, o periódico *Public Relations Review* apresentou o maior impacto na frequência de citações na área do periódico (1.763), seguido pelo *Journal of Public Relations Research* (1.448) e pelo *Journal of Communication Management* (1.333).

Esses três periódicos pertencem ao campo da Comunicação, destacando-se como as fontes mais influentes e amplamente citadas ao abordar Relações Públicas Internacionais (RPI). Outros periódicos como *Global Media and Communication* (1.314) e *Public Relations Inquiry* (1.005) também apresentaram valores significativos, reforçando sua relevância na disseminação do conhecimento. Apesar do impacto na frequência de citações na área do periódico ser predominante no campo da Comunicação, a tabela 2 inclui periódicos com SNIP mais baixos,

como o *Res Militaris* (0.051) e *Estudos em Comunicação* (0.174), que, embora com menor impacto, contribuem para a difusão diversificado sobre estudos a respeito das RPI.

Ainda que as Relações Públicas Internacionais (RPI) se destaquem como um objeto de estudo interdisciplinar, aparecendo em diversos campos científicos além do da Comunicação, a quantidade limitada de artigos publicados revela que esse objeto, mesmo sendo interdisciplinar, ainda não é suficiente para atender à necessidade de construção de referencial teórico robusto para dar suporte ao volume de pesquisas necessárias à produção de novos conhecimentos sobre RPI.

A análise dos periódicos publicados evidencia que, apesar de alguns periódicos estarem no Quartil Q1, indicando maior impacto e relevância, uma parcela significativa dos periódicos pertence a Quartis inferiores, como Q2, Q3 e Q4. Esses dados refletem uma lacuna não apenas na produção científica, mas também na capacidade de atrair atenção acadêmica e citações em revistas de maior prestígio.

Esse cenário sugere que, embora a interdisciplinaridade tenha ampliado as perspectivas e enriquecido o estudo sobre RPI, ainda há um longo caminho a percorrer para consolidar incentivos para pesquisar o tema na área de Relações Públicas. A necessidade de maior produção científica e de publicações em periódicos de alto impacto é evidente, especialmente para fortalecer o reconhecimento e a aplicabilidade prática das RPI em cenários globais.

5.2.7 Indicadores de colaboração

Sobre a colaboração na produção de pesquisas sobre RPI, observou-se em duas (2) publicações com colaborações entre colegas da mesma universidade e cinco (5) publicações com colaborações entre pesquisadores de instituições distintas.

Dentre essas, quatro (4) artigos publicados foram escritos individualmente, conforme quadros a seguir.

Quadro 5 – Publicações com colaborações entre colegas da mesma universidade

| Título do artigo publicado | Autor(es) | Ano |
|--|-----------------------------------|------------|
| International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabic. | Mohammed, I.A.; Mohammad, A.J. | 2022 |

| | | |
|--|--------------------------|------|
| Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa | Pimentel, P.; Slongo, B. | 2021 |
|--|--------------------------|------|

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O primeiro artigo fruto de colaboração entre colegas foi *International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabic*, publicado em 2021, no periódico *Res Militares*. Os autores Inam Abdulameer Mohammed e Ali Jabbar Mohammad, são pesquisadores da University of Baghdad, College of Media, no Iraque, especificamente do Public Relations Department. As informações sobre os autores são limitadas, sendo encontradas apenas no Scopus e nos dados disponibilizados no próprio artigo.

O segundo artigo foi *Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa*, publicado em 2021, no periódico *Estudos em Comunicação*. Os autores Pedro Chapaval Pimentel¹¹ e Bruno Eduardo Slongo Garcia¹², apresentam-se como pesquisadores da Universidade Federal do Paraná.

Infelizmente, apesar da colaboração entre colegas ser uma prática comum na produção acadêmica, os dados levantados mostram que apenas dois artigos analisados seguiram esse formato. Um desses artigos foi produzido no Brasil, enquanto o outro teve origem em uma instituição estrangeira.

Esse número relativamente baixo sugere que, no contexto estudado, as colaborações tendem a ocorrer mais entre instituições do que entre pesquisadores indivíduos. Esses resultados destacam a importância de incentivos a parcerias diretas entre colegas, o que pode contribuir para a diversificação de perspectivas e o aprofundamento das discussões acadêmicas sobre RPI.

Quadro 6 - Publicações com colaborações entre pesquisadores de instituições distintas

| Título | Autor(es) | Ano |
|--|---|------|
| Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media. | Kiambi, D.; Kioussis, S.; Arceneaux, P. | 2024 |

¹² Bruno Eduardo Slongo Garcia é doutor em Administração e mestre em Contabilidade pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com especialização em Gestão de Negócios pela mesma instituição. Bacharelado em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR). Atualmente é coordenador dos cursos de Gestão Comercial, Comércio Exterior, Gestão Pública, Marketing e Logística, além do Programa de Extensão Universitária (PROEX) na UniBrasil. Atua como professor e pesquisador na área de Gestão na UniAndrade e tutor no MBA da UFPR, com experiência em Administração e Contabilidade.

| | | |
|--|-------------------------------|------|
| Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors. | Lee, S.; Chung, S.; Lee, E. | 2023 |
| Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital. | Marschlich, S.; Ingenhoff, D. | 2021 |
| Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents. | Miño, P.; Saffer, A.J. | 2021 |
| The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy. | Marschlich, S.; Ingenhoff, D. | 2021 |

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Dentre os cinco (5) artigos escritos como colaboração entre instituições, duas das colaborações entre instituições foram realizadas pela mesma dupla de pesquisadores. Sarah Marschlich e Diana Ingenhoff, que publicaram juntas os artigos *Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital* e *The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy* em periódicos diferentes: o primeiro no *Public Relations Review* e segundo no *Journal of Public Relations Research*, em 2021.

Na época das publicações, ambas eram vinculadas a instituições diferentes na Suíça. Sarah Marschlich era vinculada ao Department of Communication and Media Research da University of Zurich, enquanto Diana Ingenhoff era vinculada ao Department of Communication and Media Research da University of Fribourg.

Marschlich¹³ é uma acadêmica destacada na área de Comunicação Corporativa, atualmente atuando como professora assistente na Amsterdam School of Communication Research (ASCoR), na Universidade de Amsterdã, Países Baixos, desde setembro de 2022. Antes disso, ocupou posições acadêmicas notáveis, incluindo pós-doutorado na Universidade de Zurique, entre 2020 e 2022, e foi pesquisadora e assistente de ensino na Universidade de

¹³ Para mais informações: <https://www.uva.nl/en/profile/m/a/s.m.marschlich/s.m.marschlich.html?cb>

Friburgo de 2016 a 2020. Suas contribuições abrangem um amplo espectro da comunicação corporativa, sendo uma referência no campo da Comunicação devido à profundidade de seus estudos e à intersecção de culturas acadêmicas em sua formação internacional.

Ingenhoff¹⁴ é professora titular de Comunicação Organizacional e Estratégica e vice-decano da Faculdade de Economia e Ciências Sociais. Atualmente, é pesquisadora no Center on Public Diplomacy (CPD) da Annenberg School, Universidade do Sul da Califórnia. Ingenhoff atua nos conselhos editoriais dos periódicos *Public Relations Review*, *Public Relations Inquiry* e do *International Journal of Strategic Communication*. Suas áreas de pesquisa e ensino incluem diplomacia pública, medição de reputação e pesquisa internacional em relações públicas.

O próximo artigo publicado com colaboração entre instituições, em 2021, foi o *Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents*, no *Public Relations Review*. Os autores são Pablo Miño e Adam Saffer. Na época da publicação, Miño era vinculado à Hussman School of Journalism & Media da University of North Carolina, enquanto Saffer era vinculado à Hubbard School of Journalism & Mass Communication da University of Minnesota. Ambas as instituições são norte-americanas estabelecidas em estados diferentes.

Pablo Miño¹⁵ é Professor Assistente de Comunicação na Universidade de los Andes, Chile. Doutor em Mídia e Comunicação (2022) e Mestre em Comunicação de Massa (2017) pela University of North Carolina at Chapel Hill, possui experiência profissional em jornalismo e relações públicas, atuando tanto nos Estados Unidos quanto no Chile.

Adam J. Saffer¹⁶ é professor associado de comunicação estratégica na Universidade de Minnesota. Especialista em redes de comunicação, adota uma abordagem sociológica para investigar como indivíduos, grupos e organizações utilizam e são impactados por essas redes. Sua principal linha de pesquisa foca na coleta de dados relacionais de redes internacionais, analisando os mecanismos que influenciam a formação de conexões entre ONGs, agências governamentais e empresas privadas na abordagem coletiva de questões globais.

O próximo artigo feito como coloração entre instituição foi o *Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors*, publicado em 2023, no periódico *Journal of Communication*

¹⁴ Para mais informações: https://uscpublicdiplomacy.org/users/diana_ingenhoff

¹⁵ Para mais informações: https://cl.linkedin.com/in/pablo-mi%C3%B1o-phd-a3a79522?trk=public_post_comment_actor-name

¹⁶ Para mais informações: <https://cla.umn.edu/about/directory/profile/asaffer>

Management. Seus autores são Suman Lee, Surin Chung e Euirang Lee. Na época da publicação, Suman Lee era vinculada à Hussman School of Journalism and Media da University of North Carolina at Chapel Hill, enquanto Surin Chung e Euirang Lee eram vinculados à E. W. Scripps School of Journalism, Ohio University. Todas as instituições são norte-americanas estabelecidas em estados diferentes.

Suman Lee¹⁷ é professor e diretor do programa de Mestrado em Mídia e Comunicação Estratégica na Universidade da Carolina do Norte em Chapel Hill. Sua pesquisa e atuação acadêmica são voltadas para relações públicas internacionais, diplomacia pública, teoria das relações públicas e comunicação internacional. Seus artigos foram publicados em diversos periódicos renomados, como *Communication Research*, *Public Relations Review*, *Corporate Reputation Review*, *Place Branding and Public Diplomacy*, *International Journal of Business Communication*, entre outros. De acordo com um estudo de Ki & Ye (2017), publicado na *Public Relations Review*, Lee foi classificado como o segundo autor mais produtivo na área de relações públicas globais, considerando um levantamento de 163 artigos científicos publicados entre 2001 e 2014.

Surin Chung¹⁸ é professor assistente na E. W. Scripps School of Journalism da Universidade de Ohio. Suas áreas de pesquisa abrangem relações públicas, comunicação de crise e risco, e mídias digitais. Em 2018, obteve o título de doutora pela Universidade de Missouri-Columbia.

Euirang Lee¹⁹ é doutoranda na School of Communication Studies da Universidade de Ohio, com foco em comunicação em saúde. Sua pesquisa abrange temas como comunicação em saúde, persuasão, comunicação em desastres e comunicação visual. Possui dois títulos de mestrado: um em Jornalismo, com ênfase em Comunicação Estratégica, pela Universidade de Missouri-Columbia, e outro em Educação, pela Universidade da Pensilvânia. Além disso, é bacharela em Comunicação de Massa pela Universidade da Coreia.

O último artigo construído com colaboração entre instituições foi *Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media*, publicado em 2024, pelo periódico *Public Relations Review*. Os autores são Dane Kiambi, Spiro Kiouis e Phillip Arceneaux. Na época das publicações Dane Kiambi era vinculado ao College of Journalism & Mass Communications da University of Nebraska–Lincoln, Kiouis era vinculado ao College of Journalism & Communications da University of

¹⁷ Para mais informações: <https://hussman.unc.edu/people/suman-lee>

¹⁸ Para mais informações: <https://communication.ucf.edu/icrcc/person/surin-chung/>

¹⁹ Para mais informações: <https://www.ohio.edu/comm-studies/about/el658818>

Florida, enquanto Arceneaux era vinculado ao Department of Media, Journalism, & Film da Miami University. Também instituições são norte-americanas estabelecidas em estados diferentes.

Kiambi²⁰ é professor associado de Relações Públicas na College of Journalism and Mass Communications da Universidade de Nebraska–Lincoln. Sua pesquisa concentra-se no papel e no impacto das relações públicas e da comunicação estratégica na promoção da democracia, boa governança, crescimento econômico e estilos de vida saudáveis, com especial interesse em países em desenvolvimento.

Spiro K. Kiouisis²¹ é atualmente vice-diretor executivo da College of Journalism and Communications da Universidade da Flórida, além de ser professor do Departamento de Relações Públicas. Com uma vasta experiência na área de comunicação, o Dr. Kiouisis é reconhecido por sua atuação no ensino e pesquisa em Relações Públicas, desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento acadêmico e na gestão da faculdade.

Arceneaux²² é professor assistente de Comunicação Estratégica da Universidade de Miami. Sua pesquisa investiga a arte e a ciência da narrativa organizacional em relações públicas políticas e governamentais. Como especialista em políticas públicas, suas áreas de interesse incluem política externa, segurança nacional e eleições. O trabalho do Dr. Arceneaux foi publicado em periódicos revisados por pares, incluindo *Public Relations Review*, *Journal of Communication Management*, *Journalism Studies*, *Journal of Political Marketing*, *Journal of Public Affairs*, *Journal of Public Diplomacy* e *Journal of Information Warfare*.

Houve um aumento significativo nas parcerias entre instituições, comparado ao número de colaborações entre colegas. Revela-se também um padrão predominante de cooperação entre universidades norte-americanas, evidenciando a concentração da produção científica sobre Relações Públicas Internacionais (RPI) nesse contexto acadêmico. Das cinco publicações resultantes de colaborações interinstitucionais, quatro envolveram exclusivamente instituições dos Estados Unidos, enquanto apenas uma colaboração foi registrada fora desse eixo, envolvendo pesquisadores da Suíça.

Esses resultados indicam que, apesar da crescente colaboração entre instituições, essa cooperação ainda ocorre de forma concentrada, com pouca diversidade geográfica. A ausência de colaborações envolvendo países da América Latina e outras regiões evidencia a necessidade

²⁰ Para mais informações: <https://journalism.unl.edu/person/dane-kiambi/>

²¹ Para mais informações: <https://www.jou.ufl.edu/staff/spiro-kiouisis/>

²² Para mais informações: <https://miamioh.edu/profiles/cas/philip-arceneaux.html>

de ampliar redes acadêmicas e incentivar parcerias internacionais, garantindo um debate mais plural e abrangente sobre Relações Públicas Internacionais

Quadro 7 – Artigos publicados escritos individualmente

| Título | Autor(es) | Ano |
|---|--|------|
| Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas. | Giraldo Dávila, A. F. (Universidad de Medellín) | 2024 |
| Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu's theoretical lens to inform public diplomacy efforts. | Ertem-Eray, T. (NC State University) | 2023 |
| Public diplomacy and related concepts from the perspective of Lasswell's communication model. | Saliu, H. (AAB University) | 2020 |
| Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics | Zhu, Y. (Beijing Normal University) | 2020 |

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O primeiro artigo individual, *Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics*, foi publicado em 2020, pelo periódico *Global Media and Communication*, sendo Yicheng Zhu o autor. Na época da publicação, ele era vinculado à Beijing Normal University da China. Yicheng Zhu²³ é professor assistente na área de Comunicação e Mídia na Escola de Jornalismo e Comunicação da Universidade Normal de Pequim. Ele obteve seu doutorado em Comunicações de Massa (Jornalismo e Comunicações de Massa) pela Universidade da Carolina do Sul em Columbia e seu mestrado em Jornalismo Global pela Universidade de Sheffield.

O segundo artigo publicado individualmente foi *Public diplomacy and related concepts from the perspective of Lasswell's communication model*, em 2020, pelo periódico *Jahr*, sendo Hasan Saliu o autor. Na época da publicação, era vinculado à AAB University, Faculty of Mass Communication da Sérvia. Saliu²⁴, doutor em Comunicação de Massa e Estudos de Mídia, é professor associado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação de

²³ Para mais informações: <https://orcid.org/0000-0001-9667-5165>

²⁴ Para mais informações: <https://orcid.org/0000-0002-5864-3645>

Massa e Jornalismo da Faculdade de Comunicação de Massa do AAB College, em Pristina, Kosovo. Ele leciona seminários sobre teoria da comunicação de massa, métodos de pesquisa e relações públicas. Em 2024, assumiu o cargo de Vice-reitor de Pesquisa no AAB College.

O terceiro artigo publicado individualmente foi *Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu's theoretical lens to inform public diplomacy efforts*, em 2023, pelo periódico *Public Relations Inquiry*. Seu autor foi Tugce Ertem-Eray que, na época era vinculada ao Department of Communication da NC State University. Ertem-Eray²⁵ é professora assistente da NC State University, obteve seu doutorado em Estudos de Mídia pela Universidade de Oregon em 2022. Seus principais interesses de pesquisa incluem relações públicas internacionais, diplomacia pública, diversidade, equidade, inclusão e comunicação estratégica. Suas pesquisas foram publicadas em periódicos como *Public Relations Review*, *Journal of Public Relations Research*, *Journal of Public Relations Education* e *Public Relations Journal*. Ela recebeu o prêmio Top Paper, Diversity and Inclusion, na Conferência Internacional da PRSA em 2019. Faz parte de uma equipe de pesquisa multisseriada que se concentra em estudos bibliométricos em relações públicas.

O último artigo individual foi *Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas*, publicado em 2024, pelo periódico *Cuadernos.info*. O autor, Andrés Felipe Giraldo Dávila, era vinculado na época à Universidad de Medellín na Colômbia. Dávila²⁶ é doutor em Comunicação pela Universidade Complutense de Madrid. Professor e pesquisador na Universidade de Medellín na área de Comunicação Estratégica e Corporativa, além de ser Professor Associado na Universidade de Medellín desde 2007.

A análise dos artigos publicados individualmente demonstra que há diversidade geográfica e temática na produção científica sobre Relações Públicas Internacionais (RPI). Os quatro estudos individuais foram desenvolvidos por pesquisadores de diferentes países, China, Sérvia, Estados Unidos e Colômbia, refletindo a natureza global do tema. Embora representem contribuições individuais, esses estudos demonstram a relevância e o potencial interdisciplinar da pesquisa sobre RPI. No entanto, a quantidade reduzida de publicações individuais reforça a necessidade de um maior volume de pesquisas sobre o tema, especialmente em regiões como a América Latina, onde a produção científica ainda é diminuta.

Apesar da participação de pesquisadores de diferentes países, a colaboração acadêmica ainda ocorre, na maioria dos casos, entre instituições do mesmo país. Muitos artigos foram

²⁵ Para mais informações: <https://chass.ncsu.edu/people/terteme/>

²⁶ Para mais informações: <https://co.linkedin.com/in/andr%C3%A9s-felipe-giraldo-d%C3%A1vila-797455b4>

escritos de forma individual ou com parcerias nacionais, sem uma conexão mais ampla entre pesquisadores de diferentes continentes, o que prejudica a formação de redes de pesquisa.

6 DISCUSSÃO DOS DADOS ANALISADOS À LUZ DA REVISÃO DA LITERATURA REALIZADA

Discute-se os resultados apresentados na seção anterior à luz de: a) modelos teóricos para Relações Públicas Internacionais, b) dos padrões de impacto e visibilidade do tema, influência das pesquisas, c) das conexões existentes na área de Relações Públicas e d) os padrões de colaboração que alimentam redes de pesquisa.

6.1 A luz dos modelos etnocêntricos e policêntricos

Na análise dos artigos selecionados, foi possível identificar a abordagem, nos textos, de dois modelos teóricos das Relações Públicas Internacionais (RPI): a do etnocentrismo e a do policentrismo, conforme definidos por Perlmutter (1969). Esses modelos de atuação refletem diferentes posicionamentos adotados, por organizações, ao estabelecer estratégias de comunicação e relacionamento em mercados estrangeiros, que estão contidos na produção textual dos autores. Enquanto o etnocentrismo, como já se falou, se caracteriza pela replicação de práticas do país de origem sem grandes adaptações, o policentrismo enfatiza a autonomia local e a adaptação cultural.

Dos artigos publicados em inglês, cinco (5) alinharam-se ao modelo teórico policêntrico, três (3) ao modelo teórico etnocêntrico e um transita entre os dois modelos.

Os artigos alinhados ao modelo teórico policêntrico são:

1) o artigo *Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics* (Zhou, 2020), que pode ser associado ao modelo policêntrico. Isso ocorre porque ele analisa como os meios de comunicação estrangeiros influenciam a resposta do público chinês, destacando a importância da acessibilidade e do vínculo psicológico com essas mídias.

Neste caso, abordagem policêntrica valoriza a adaptação cultural e a consideração das percepções locais, o que está alinhado com a forma como o artigo examina o impacto dos meios estrangeiros sobre a mobilização do público chinês em questões ambientais;

2) o artigo *The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy* (Marschlich; Ingenhoff, 2021) pode ser associado ao modelo policêntrico de Relações Públicas Internacionais (RPI). Isso

ocorre porque o estudo analisa como as relações públicas auxiliam na diplomacia corporativa, ajudando organizações a identificar e atender às expectativas sociais no país onde operam. A pesquisa, baseada em entrevistas com executivos nos Emirados Árabes Unidos, enfatiza a importância da adaptação às particularidades locais para garantir a legitimidade organizacional. A abordagem policêntrica preza pela autonomia das filiais e pela adaptação cultural das estratégias de comunicação, o que está alinhado com a temática do artigo. Ao invés de impor uma comunicação padronizada da matriz, as empresas estudadas moldam suas práticas para atender às demandas do ambiente sociocultural específico onde atuam, característica central do modelo policêntrico;

3) o artigo *Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital*, (Marschlich; Ingenhoff, 2021), exemplifica a aplicação do modelo policêntrico nas Relações Públicas Internacionais (RPI). O estudo enfatiza a importância da adaptação cultural e do cultivo de relações personalizadas com stakeholders em ambientes multiculturais, destacando como a comunicação eficaz depende da sensibilidade aos contextos locais. A pesquisa argumenta que, para construir e manter o capital social, as organizações devem priorizar o desenvolvimento de relacionamentos interpessoais e a personalização da comunicação, em vez de impor abordagens padronizadas. Esse enfoque reflete a essência do modelo policêntrico, no qual a autonomia local é valorizada e as estratégias são formuladas de acordo com as particularidades culturais dos diferentes públicos. Ao reconhecer que cada mercado possui dinâmicas próprias e que os stakeholders reagem de maneira diversa a diferentes estilos de comunicação, o artigo reforça a necessidade de uma abordagem descentralizada e contextualizada;

4) o artigo *Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors* (Lee, S., Chung; Lee, 2023) se alinha ao modelo policêntrico de Relações Públicas Internacionais (RPI), pois a pesquisa enfatiza a influência de fatores locais, como democracia, PIB, cultura, Estado de direito e penetração da internet, na expansão das agências globais de RP. Lembrando que o modelo policêntrico, segundo Perlmutter (1969), valoriza a adaptação das estratégias organizacionais às particularidades de cada país, permitindo maior autonomia e flexibilidade para atender às demandas do ambiente local, então, ao categorizar os países em diferentes

grupos com base na globalização da indústria de RP e nas condições ambientais, o estudo reforça a ideia de que a expansão das agências não segue um modelo único e centralizado, mas sim se adapta a fatores específicos de cada região, característica central do policentrismo;

5) o artigo *Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu's theoretical lens to inform public diplomacy efforts* (Ertem-Eray, 2023) se alinha ao modelo policêntrico de Relações Públicas Internacionais (RPI), visto que enfoca a importância do capital social e das relações institucionais no contexto da diplomacia pública, considerando fatores culturais e econômicos para moldar os esforços de comunicação e engajamento internacional. O uso da Teoria da Prática de Pierre Bourdieu, que destaca a influência de fatores sociais e culturais específicos de cada contexto local, reforça a ideia de adaptação cultural e a necessidade de compreender as particularidades dos públicos. Essa abordagem é característica do modelo policêntrico, que valoriza a autonomia local e a adaptação às especificidades culturais e sociais de cada país ou região. Além disso, a ênfase no capital cultural, particularmente a educação e o significado cultural, indica que as estratégias de diplomacia pública devem ser moldadas por uma compreensão profunda do contexto local, alinhando-se à abordagem policêntrica que prioriza a adaptação às realidades locais.

Os artigos alinhados ao modelo teórico etnocêntrico são:

- 1) O artigo *Public diplomacy and related concepts from the perspective of Lasswell's communication model* (Saliu, 2020), por sua vez, tende a se alinhar mais ao modelo etnocêntrico, já que discute a diplomacia pública no contexto do modelo de comunicação de Lasswell, o estudo foca na estruturação da mensagem e em como os diferentes conceitos de comunicação são utilizados para influenciar públicos externos. A diplomacia pública, quando conduzida de forma etnocêntrica, geralmente reflete um controle centralizado da narrativa, sem necessariamente considerar as particularidades locais dos públicos-alvo;
- 2) O artigo *Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media* (Kiambi; Kiouis; Arceneaux, 2024), exemplifica a aplicação do modelo etnocêntrico nas Relações Públicas Internacionais (RPI), posto que investiga como uma empresa norte-americana de relações públicas influenciou a percepção do Quênia na mídia dos Estados Unidos, evidenciando um controle centralizado da narrativa e uma estratégia comunicacional

predominantemente orientada pelos valores e interesses do país de origem. A pesquisa demonstra que a atuação da agência seguiu um modelo em que as decisões estratégicas foram determinadas pela perspectiva norte-americana, sem uma adaptação significativa às nuances do contexto queniano. Essa dinâmica está diretamente alinhada ao modelo etnocêntrico, no qual as empresas aplicam estratégias uniformes desenvolvidas na matriz, priorizando a manutenção da identidade e dos interesses da organização de origem, mesmo ao operar em mercados estrangeiros.

- 3) O artigo *International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabic* (Mohammed & Mohammad, 2022) se alinha ao modelo etnocêntrico. Isso porque o estudo analisa como o governo alemão conduz suas estratégias de comunicação internacional sem uma adaptação significativa ao contexto local, priorizando a transmissão de mensagens padronizadas para públicos estrangeiros. O uso intensivo de repetição e persuasão como principais abordagens reforça o controle centralizado da comunicação, característico do modelo etnocêntrico, onde as diretrizes e práticas comunicacionais são definidas pela matriz sem levar em conta a autonomia cultural e as especificidades do mercado-alvo.

Já o único artigo que transita entre os dois modelos é o *Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents* (Miño; Saffer, 2021), apresenta uma abordagem híbrida, combinando características dos modelos etnocêntrico e policêntrico. O estudo investiga as conexões entre organizações da América Latina e agências de relações públicas norte-americanas, revelando como essas redes influenciam a produção de comunicação internacional.

A pesquisa destaca a dependência das organizações latino-americanas em relação às agências estrangeiras, indicando um traço etnocêntrico, no qual o controle estratégico e a produção de conteúdo permanecem centralizados nos EUA. No entanto, o artigo também identifica adaptações locais nas mensagens e estratégias, refletindo aspectos policêntricos, nos quais há descentralização parcial e consideração das especificidades culturais e políticas dos países envolvidos.

O artigo publicado em espanhol, o *Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas* (Giraldo; Andrés, 2024) se alinha ao modelo etnocêntrico de Relações Públicas Internacionais (RPI). O estudo foca na comunicação entre as matrizes e as subsidiárias das empresas multilatinas colombianas, destacando como as estratégias de

relações públicas são moldadas de forma a garantir o alinhamento estratégico e o posicionamento adequado das empresas no cenário internacional.

A pesquisa evidencia um controle centralizado da comunicação, com foco na implementação de estratégias que visam garantir que as subsidiárias sigam os direcionamentos e interesses da matriz, sem uma ênfase significativa na adaptação às particularidades culturais ou locais dos países em que as subsidiárias estão localizadas.

Esse controle centralizado e a uniformidade nas práticas de comunicação são características do modelo etnocêntrico, que prioriza as práticas e interesses da empresa de origem, sem uma flexível adaptação ao contexto local.

E, por último, o artigo publicado em português *Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa* (Pimentel & Slongo, 2021), não se enquadra estritamente nos modelos etnocêntrico, policêntrico ou geocêntrico de Perlmutter (1969), mas apresenta características que dialogam mais com o modelo geocêntrico. Isso porque o estudo propõe uma abordagem que reconhece a influência de diferentes instituições e contextos na prática das Relações Públicas Internacionais (RPI), sugerindo uma visão integradora, característica do modelo geocêntrico.

Enquanto o etnocentrismo impõe uma única perspectiva cultural e o policentrismo foca na autonomia local, o geocentrismo busca equilibrar estratégias globais com adaptações locais, alinhando-se à proposta do artigo de integrar o neoinstitucionalismo e as lógicas institucionais ao estudo das RPI. Assim, a pesquisa reforça a necessidade de compreender as influências institucionais e culturais de forma ampla, promovendo um modelo de comunicação estratégica que considere tanto padrões globais quanto especificidades regionais.

Esta primeira discussão, aponta que os pesquisadores da área estão, hoje, mais interessados na teoria policêntrica das RPI que vem crescendo desde 2006 por causa dos distintos elementos culturais que confrontam o fenômeno da globalização e, conseqüentemente, do fenômeno da colonização. Os autores adotam uma posição crítica sobre a prática de RPI que se impõe exageradamente em relação a cultura de outros países.

6.2 Tendências identificadas na produção, citação e de colaboração das pesquisas publicadas

A análise bibliométrica dos artigos selecionados revelou tendências significativas na produção, citação e colaboração científica no campo das Relações Públicas Internacionais (RPI). Apesar da escassez de publicações sobre o tema, com apenas onze (11) artigos

identificados entre 2020 e 2024, os dados apontam padrões relevantes sobre: impacto e visibilidade do tema, influência das pesquisas e conexões existentes na área de Relações Públicas e os padrões de colaboração que alimentam redes de pesquisa.

Esse conjunto de padrões revela a evolução (ou não) da produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais e suas conexões.

6.2.1 Discussão sobre o impacto e visibilidade do tema Relações Públicas Internacionais

A análise bibliométrica da produção científica sobre Relações Públicas Internacionais (RPI), no banco de dados Scopus, revelou uma escassez de publicações sobre o tema no período de 2020 a 2024. Essa baixa representatividade indica que, apesar da relevância das RPI no cenário global, a área de pesquisa em Relações Públicas ainda não dá visibilidade ao tema e sua produtividade não impacta a comunidade acadêmica brasileira, o que indica uma contradição entre a necessidade de internacionalização das empresas brasileiras, suas tentativas e o desinteresse por parte dos profissionais e pesquisadores em Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

A distribuição dos artigos, ao longo do período investigado, evidencia uma concentração de publicações em 2021, seguida por uma queda nos anos seguintes. Esse padrão pode indicar um interesse pontual impulsionado por eventos específicos ou mudanças no cenário internacional, como crises geopolíticas, transformações nas dinâmicas de globalização ou avanços na regulamentação das práticas de Relações Públicas em diferentes países.

A análise bibliométrica revelou que as pesquisas sobre RPI estão concentradas principalmente em periódicos estrangeiros de alto impacto no campo da Comunicação, como o *Public Relations Review*, que se destacou com o maior número de publicações sobre o tema. Outros periódicos que contribuíram com a visibilidade do tema foram o *Journal of Communication Management*, o *Public Relations Inquiry* e o *Journal of Public Relations Research*, demonstrando que as pesquisas sobre RPI, apesar de diminutas, tendem a ser publicadas em periódicos de alto prestígio na área. Outro dado curioso é a presença de artigos abordando aspectos das RPI em periódicos de outros campos científicos, como *Res Militaris* (Political Science and International Relations) e *Global Media and Communication*. Esse aspecto indica interdisciplinaridade, ou seja, o tema também dialoga com áreas adjacentes, especialmente quando aborda diplomacia pública e relações internacionais.

Nesse sentido, encontrou-se vários temas conectados às RPI:

- a) diplomacia empresarial e relações públicas governamentais: estudos sobre como empresas e governos utilizam estratégias de RPI para moldar sua imagem internacional.
- b) narrativas midiáticas e representação internacional: pesquisas que examinam a construção da imagem de países e organizações em diferentes meios de comunicação,
- c) engajamento de *stakeholders* e adaptação cultural: análises sobre como as empresas desenvolvem estratégias para se comunicar com públicos multiculturais e
- d) redes de influência e intermediação de agentes: estudos que exploram como organizações estrangeiras se conectam a agentes locais para ampliar sua influência global.

Se por um lado a interdisciplinaridade das pesquisas revela um padrão de colaboração, por outro, revela uma lacuna significativa na relação entre RPI e a internacionalização de empresas, especialmente no contexto brasileiro e latino-americano. A maioria dos estudos foca em relações institucionais e diplomáticas, enquanto a investigação sobre a aplicação das RPI no processo de expansão de empresas para mercados internacionais ainda é inexplorada. Em uma perspectiva otimista, isso pode indicar uma oportunidade para pesquisas futuras, especialmente para investigar como organizações podem utilizar estratégias de Relações Públicas para facilitar sua entrada e consolidação em novos mercados globais.

Outro aspecto relevante da análise de produção é a distribuição linguística e geográfica dos estudos. Os artigos analisados foram majoritariamente publicados em inglês, refletindo a predominância da língua inglesa na comunicação científica global. Esse fator pode contribuir para a visibilidade internacional dos estudos, mas também pode limitar a disseminação do conhecimento em regiões onde o inglês não é a língua principal. Geograficamente, os estudos sobre RPI são concentrados em contextos norte-americanos e europeus, com poucas publicações oriundas da América Latina, Ásia e África.

Essa distribuição sugere que as pesquisas sobre RPI são frequentemente desenvolvidas sob uma perspectiva ocidentalizada, o que pode restringir a compreensão global da área. A escassez de estudos produzidos por pesquisadores latino-americanos, africanos e asiáticos aponta para a necessidade de ampliar a diversidade geográfica das pesquisas, incluindo abordagens que reflitam realidades e desafios específicos desses contextos.

Os indicadores de produção analisados revelam uma área de pesquisa ainda pouco consolidada, com publicações esparsas e uma concentração em temas específicos como diplomacia pública e construção de narrativas internacionais. Apesar da presença de artigos em periódicos de alto impacto, a produção ainda é limitada e geograficamente concentrada, o que

indica a necessidade de expansão e diversificação dos estudos sobre RPI. Além disso, a ausência de pesquisas que conectem diretamente RPI e internacionalização empresarial destaca uma oportunidade de contribuição acadêmica, especialmente no contexto de economias emergentes. O incentivo a colaborações interinstitucionais, a ampliação da representatividade de pesquisadores de diferentes regiões e a diversificação dos enfoques metodológicos podem ser caminhos estratégicos para fortalecer e expandir essa linha de pesquisa nos próximos anos.

6.2.2 Discussão sobre influência e conexões sobre RPI por meio de citação

Os indicadores de citação permitem uma compreensão sobre a relevância, alcance e influência dos estudos sobre Relações Públicas Internacionais (RPI) no cenário acadêmico global. Nesse sentido, foram considerados os seguintes dados quantitativos: Fator de Impacto dos periódicos, Frentes de Pesquisa predominantes, Quartil e SNIP.

Relembra-se que o Fator de Impacto (FI) dos periódicos onde os artigos foram publicados é um indicador essencial para compreender a visibilidade e relevância dos estudos sobre RPI. O FI mede a média de citações recebidas por artigos publicados em um periódico nos últimos anos, indicando o prestígio da revista na comunidade acadêmica. Dos periódicos encontrados, destacam-se: a) *Public Relations Review* (FI: 8.0); b) *Journal of Public Relations Research* (FI: 5.6); c) *Journal of Communication Management* (FI: 5.4); d) *Global Media and Communication* (FI: 2.5); e d) *Cuadernos.info* (FI: 1.8). As produções científicas sobre RPI devem priorizar esses periódicos para publicação para promover visibilidade e relevância dos estudos sobre RPI.

Sobre os periódicos de baixo impacto, como *Estudos em Comunicação* (FI: 0.5) e *Res Militaris* (FI: 0.7), mesmo limitando a disseminação e citação dessas pesquisas, não devem ser desconsiderados.

Já os quartis dos periódicos, enquanto indicador relevante de influência da pesquisa, classificam as revistas científicas em quatro níveis: a) Q1 (Alto impacto e maior número de citações). Estão nessa classificação os periódicos *Public Relations Review*, *Journal of Public Relations Research*, *Journal of Communication Management* e *Public Relations Inquiry*; b) Q2 (Médio impacto, boa circulação acadêmica). Estão nessa classificação o *Global Media and Communication* e o *Cuadernos.info*; e c) Q3 e Q4 (Baixo impacto e menor citação). Estão nessa classificação o *Res Militaris*, o *Estudos em Comunicação* e o *Jahr*. Percebe-se a importância dessas classificações para desenhar a estratégia de visibilidade (global, nacional ou regional) das pesquisas sobre RPI.

Outro indicador que precisa ser considerado na estratégia de visibilidade das pesquisas sobre RPI é o SNIP (Source Normalized Impact per Paper). Um indicador que normaliza o impacto das citações considerando as diferenças entre áreas do conhecimento. Isso é importante porque o número médio de citações varia entre disciplinas (por exemplo, Ciências da Saúde têm mais citações que Comunicação). Para este indicador, observou-se a seguinte classificação para o nível de influência nas conexões existentes entre os campos de produção de conhecimentos: a) *Public Relations Review* possui um SNIP de 1.763, demonstrando forte impacto na área de Comunicação. b) *Journal of Public Relations Research* tem um SNIP de 1.448, confirmando sua relevância acadêmica. c) *Journal of Communication Management* apresenta um SNIP de 1.333, indicando alto nível de influência dentro da pesquisa sobre comunicação organizacional. d) Periódicos com SNIP abaixo de 1.0, como *Res Militaris* (0.051) e *Estudos em Comunicação* (0.174), apresentam menor impacto, reforçando a correlação entre SNIP e volume de citações.

Para uma estratégia para visibilidade e influência da pesquisa sobre RPI, recomenda-se: a) publicar em periódicos Q1 e Q2 para ampliar o impacto das pesquisas. b) explorar novas frentes de pesquisa, como transformação digital e inteligência artificial nas RPI. c) aumentar colaborações internacionais para diversificar a autoria e alcance das publicações. Por último, pode-se pensar na formação de rede de pesquisa.

6.2.3 Discussão sobre formação de rede de pesquisa sobre RPI por meio de colaboração

O que é preciso para formar uma rede de pesquisa sobre RPI? Os dados analisados indicam que a produção científica sobre RPI ainda é fragmentada e concentrada em poucos polos de pesquisa, com predominância de colaborações entre universidades norte-americanas e parcerias pontuais entre instituições de diferentes países.

Nesta investigação, dos onze (11) artigos analisados cinco (5) artigos foram produzidos por meio de parceria entre autores de instituições diferentes, evidenciando colaboração interinstitucional e dois (2) artigos foram produzidos por meio de colaboração entre colegas da mesma universidade.

A presença de múltiplos autores permite a diversificação das abordagens teóricas e metodológicas, enriquecendo as investigações sobre RPI. A colaboração entre universidades é um indicador relevante do grau de integração e internacionalização da produção científica.

A análise das colaborações acadêmicas em Relações Públicas Internacionais (RPI) revela um padrão predominantemente nacional, com pesquisadores de diferentes universidades

do mesmo país, especialmente nos EUA, colaborando entre si. A cooperação internacional ainda é limitada, o que pode restringir a diversidade de perspectivas e a abordagem multicultural necessária para o campo. Os Estados Unidos se destacam como o principal polo de produção científica, seguidos por colaborações pontuais na Europa e América Latina, refletindo a liderança norte-americana na indústria de RP e diplomacia pública. A coautoria entre instituições tem impacto positivo na visibilidade e citação dos estudos, proporcionando maior diversidade teórica e metodológica. No entanto, a pesquisa em RPI ainda apresenta fragmentação, com muitos artigos individuais e poucas redes internacionais estruturadas, o que indica a necessidade de maior internacionalização e colaboração interdisciplinar para fortalecer o campo.

Para fortalecer a pesquisa em Relações Públicas Internacionais, é essencial incentivar parcerias internacionais e ampliar a diversidade temática e metodológica, especialmente em regiões ainda pouco representadas, como América Latina, Ásia e África. O aprimoramento das redes de colaboração interinstitucionais e a adoção de abordagens interdisciplinares podem contribuir para expandir o escopo das investigações. Embora a pesquisa em RPI ainda não seja totalmente globalizada, há avanços na cooperação entre instituições. Com maior incentivo à colaboração e metodologias integradas, o campo pode se tornar mais diversos e representativo, refletindo melhor os desafios da comunicação global.

A investigação de Jerônimo *et al.*, (2024) apontou a baixa produção científica sobre o tema em eventos acadêmicos e repositórios nacionais, demonstrando que a área ainda carece de um desenvolvimento mais estruturado. Isso sugere que, apesar da crescente relevância das RPI no ambiente corporativo global, há uma lacuna na literatura acadêmica que precisa ser preenchida com estudos mais aprofundados e aplicáveis ao cenário brasileiro.

Portanto, é fundamental incentivar pesquisas que investiguem a relação entre RPI e internacionalização, abordando temas como construção de reputação global, alinhamento cultural e estratégias comunicacionais eficazes. A ampliação desse campo de estudo contribuirá para uma melhor compreensão do impacto das RPI no posicionamento de empresas no exterior e fornecerá diretrizes estratégicas para organizações que buscam consolidar sua presença em mercados internacionais de maneira sustentável e bem-sucedida.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho de pesquisa, pretendeu-se, de forma exploratória, caracterizar a produção científica sobre a relação entre Relações Públicas Internacionais (RPI) e Internacionalização de empresas ou, se não fosse possível, apenas sobre Relações Públicas Internacionais, utilizando indicadores métricos de produção, citação e colaboração, no período de 2020 a 2024, retirando os dados do Scopus. Dentro desse escopo, também pretendeu-se revelar: a tendência nas publicações científicas brasileiras e estrangeiras sobre o tema os periódicos e autores mais prolíficos e indicar como é o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações Públicas.

Resumidamente, os dados revelaram: a) que os pesquisadores da área estão, hoje, mais interessados na teoria policêntrica das RPI que vem crescendo desde 2006 por causa dos distintos elementos culturais que confrontam o fenômeno da globalização e, conseqüentemente, do fenômeno da colonização. Os autores adotam uma posição crítica sobre a prática de RPI que se impõe exageradamente em relação a cultura de outros países; b) que o impacto e visibilidade a respeito da produção de artigos sobre Relações Públicas Internacionais no Brasil ficou comprometida pela escassez, deixando esse impacto e visibilidade sob a responsabilidade de artigos concentradamente publicados em periódicos estrangeiros; c) que as citações que permitem a relevância, alcance e influência dos estudos sobre Relações Públicas Internacionais (RPI), no cenário acadêmico global, ficam sob a responsabilidade dos periódicos internacionais com fator de impacto acima de 1.8, com Quartil Q1 e Q2 e SNIP a partir de 1.333; e d) que quanto maior o número de colaborações interinstitucionais e entre pesquisadores da mesma universidade, maior a possibilidade de construir um rede de pesquisa robusta sobre RPI, internacionalizando-a.

Considerando esse pequeno e provisório recorte de publicações sobre RPI em apenas um banco de dados, infere-se particularmente, que a tendência de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais e suas conexões é embrionária, mas potente na perspectiva internacional, e alheia à produção de pesquisas nacionais.

Isto posto, para melhorar o desempenho de produção de conhecimento sobre Relações Públicas Internacionais na área de Relações, indica-se: a) ampliar a pesquisa bibliométrica para outros bancos de dados de artigos científicos e outros períodos, confirmando ou refutando o que foi revelado nesta pesquisa; b) ampliar as pesquisas empíricas sobre as práticas de RPI, já que existe *locus* (Setores diplomáticos, portos, aeroportos, etc.) para coleta de dados no Brasil; c) desenhar detalhadamente a estratégia de visibilidade e de impacto (global, nacional ou

regional) para pesquisas sobre RPI desenvolvidas no Brasil; e d) por último, incentivar a colaboração entre pesquisadores de distintas instituições, iniciando o processo pelo Brasil e ampliando para sua internacionalização.

Essas perspectivas futuras demonstram que, apesar das limitações identificadas, o objeto de estudo Relações Públicas Internacionais ainda possui grande potencial para crescimento e aprofundamento, especialmente quando vinculado à internacionalização das organizações. A continuidade das investigações, nesse sentido, poderá contribuir para consolidar essa temática como um eixo fundamental dentro dos campos de Comunicação, Informação e Internacionalização.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A.; CRETOIU, S. **Internacionalização de empresas: a experiência brasileira e o contexto latino-americano..** DOM / Revista da Fundação Dom Cabral, v. x, p. 8-16, 2008.
- ALVES, B. H.; SOBRAL, N. V.; OLIVEIRA, E. F. T. de; BUFREM, L. S. A elite e a frente de pesquisa das comunicações publicadas nos anais do ISKO Brasil (2011-2015) à luz de conceitos de Pierre Bourdieu. **In:** PINHO, F. A.; GUIMARÃES, J. A. C. (org.). Memória, tecnologia e cultura na organização do conhecimento. Recife: Ed. UFPE, 2017. p. 7-14. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/121175>. Acesso em 15 nov 2024.
- ANDRÉS GIRALDO DÁVILA. Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas. **Cuadernos info**, n. 59, p. 323–348, 1 set. 2024.
- ARAÚJO, C. A. **Bibliometria:** evolução histórica e questões atuais. Em *Questão*, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.
- BRASIL, Avio Arouca. Relações Públicas Internacionais. **Revista Comunicação e Relações Públicas**. São Paulo, jul. 1977.
- BRADFORD, S. C. **Documentação**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- BRAGA, G. M. Relações Bibliométricas Entre a Frente de Pesquisa (Research Front) e Revisões da Literatura: Estudo Aplicado a Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, [S. l.], v. 2, n. 1, 1973. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/20>. Acesso em 15 nov 2024.
- BARTTLET, C. e GHOSHAL, S. **Managing Across Borders: The Transnational Solution**. Harvard Business School Press, Boston, 1989.
- BUFREM, L. S.; OLIVEIRA, C. C.; OLIVEIRA, E. F. T. **Fake News e a organização do conhecimento:** aproximações possíveis. In: TOGNOLI, Natália Bolfarini; ALBUQUERQUE, Ana Cristina de; CERVANTES, Brígida Maria Nogueira (org.). Organização e representação do conhecimento em diferentes contextos: desafios e perspectivas na era da datificação. Londrina: Isko - Brasil, 2023. p. 319-327. Disponível em: https://isko.org.br/wp-content/uploads/2023/06/livro-isko-Brasil_23.pdf. Acesso em 15 nov 2024.
- BUCKLEY, P.; CASSON, M. **The future of the multinational enterprise**. London: Macmillan, 1976.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. **Negócios internacionais: Estratégia, gestão e novas realidades** São Paulo: Pearson, 2010.
- CAMARGO, L. S.; BARBOSA, R. R. **Bibliometria, cienciometria e um possível caminho para a construção de indicadores e mapas da produção científica**. Pontodeacesso, Salvador, v. 12, n. 3, p. 109-125, dez. 2018. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/119924>. Acesso em: 12 jan. 2025
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CASSANO, F. A. *et al.* Internacionalização de empresas brasileiras a partir de 1990. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO –X SEMEAD, 2007, São Paulo. **Anais**. São Paulo: X SEMEAD, 2007.

CHAN, K. W.; HWANG, P. Global strategy and multinationals' entry mode choice. **Journal of International Business Studies**. Basingstoke, v.23, n. 1, p. 29-53, 1st quarter 1992.

CARNEIRO, J. M. T., & Dib, L. A. **Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas**. *Internext*, 2(1), 1–25. <https://doi.org/10.18568/1980-4865.211-25>. Acesso em 15 nov 2024.

BROCK, Ana Luiza. **Comunicação e relações públicas internacionais no processo de internacionalização da Tramontina Brock**, [Trabalho de conclusão de curso]. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/147074>. Acesso em: 16 nov. 2024.

CINTRA, R., MOURÃO, B. **Perspectivas e estratégias na internacionalização de empresas brasileiras**. *Revista Autor*. Homepage. Disponível em: www.revistaautor.com.br. Acesso em 16 nov. 2024.

ERTEM-ERAY, T. **Extending the cultural-economic model of public relations through Bourdieu's theoretical lens to inform public diplomacy efforts**. *Public Relations Inquiry*, v. 12, n. 3, p. 271–291.

FRIZZI, Fernanda Navarro; CABESTRÉ, Sonia Aparecida. **Relações Públicas e Interculturalidade Reflexões sobre comunicação e relacionamento**. *Mimesis*, Bauru, v. 35, n. 2, p. 147-164, 2014.

FRIZZI, Fernanda Navarro; CABESTRÉ, Sonia Aparecida. **Relações Públicas e Interculturalidade** – Reflexões sobre comunicação e relacionamento. *Mimesis*, Bauru, v. 35, n. 2, p. 147- 164, 2014. Disponível em: 15 XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba - 08 a 10 de maio 2024
https://secure.unisagrado.edu.br/static/biblioteca/mimesis/mimesis_v35_n2_2014_art_01.pdf
Acesso em: 17 nov. 2024.

FARIAS JÚNIOR, T. A., Fernandes, A. B., Farias, A. S. dos S., Soares, J. L. J., Farias, T. R. S., Fukuoka, D. M. L., Feitoza, M. L., & Mascarenhas, A. J. M. (2024). **Além das fronteiras: estratégias e desafios para internacionalização das empresas**. *REVISTA DELOS*, 17(55), e1428. <https://doi.org/10.55905/rdelosv17.n55-006>. Acesso em: 17 nov. 2024.

FERRARI, M. A. **As dimensões locais das Relações Públicas internacionais: teorias e paradigmas**. *Organicom*, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 82-95, 2006. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2006.139992. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139992>. Acesso em: 18 nov. 2024.

FERRARI, M. A. **Relações Públicas Internacionais: integrando os públicos**. In: GRUNIG, J. E; FERRARI, M. A; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.

FERREIRA, M. H. W.; CORRÊA, R. F. Estudo métrico sobre biblioteca digital: uso do software iramuteq. **In:** Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 19., 2018, Londrina. Anais do XIX ENANCIB. Londrina: UEL, 2018. p. 4437-4454. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102876>. Acesso em: 17 nov. 2024.

FLEURY, Maria Tereza Leme. *et al.* Cultura e internacionalização de empresas – o caso da Azaléia na China. **In:** VASCONCELLOS, Eduardo (Org.). Internacionalização, estratégia e estrutura. São Paulo: Atlas, 2008.

FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme. **Internacionalização e os países emergentes**. São Paulo: Atlas, 2007.

FONSECA, E. N. **Bibliometria: teoria e prática**. São Paulo: Pensamento-Cultrix, 1986.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Trajetórias de internacionalização das empresas brasileiras**. 2023. Disponível em: [<https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/>]. Acesso em: 18 nov. 2024.

GRÁCIO, Maria Cláudia Cabrini. **Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual**. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, [S. l.], v. 21, n. 47, p. 82–99, 2016. DOI: 10.5007/1518-2924.2016v21n47p82. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2016v21n47p82>. Acesso em: 11 mar. 2025.

GRÁCIO, M. C. C.; OLIVEIRA, E. F. T. **A pesquisa brasileira em estudos métricos da informação: proximidade entre pesquisadores de destaque e áreas afins**. Informação & Sociedade, v. 27, n. 2, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/105674>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

GRÁCIO, M. C. C.; OLIVEIRA, E. F. T. **Produção e comunicação da informação em CT&I – GT7 da Ancib: análise bibliométrica no período 2003/2009**. Liinc em Revista, [S. l.], v. 7, n. 1, 2011. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3298>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUEDES, V. L. S.; BORSCHIVER, S. **Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica**. Encontro Nacional de Ciência da Informação, v. 6, n. 1, p. 18, 2005.

HJØRLAND, Birger. **Classification**. Knowledge Organization, Würzburg. Tradução: Sandra Rafaela Batista da Silva. v. 30, n. 2, p. 87-111, 2003.

HALL, E.T. **Beyond Culture**. New York: Doubleday, 1976.

HILÁRIO, C. M. **A ordem dos autores como um indicador de produtividade relativa em coautorias: uma aplicação no Journal of Informetrics**. 2020. 155f. Tese (Doutorado em

Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2020.

JERÔNIMO, Luciana *et al.* **Relações públicas internacionais, globalização e seus problemas de pesquisa no Brasil**. 18. ed. Porto Alegre, RS: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp, XVIII, v. 2. 2024.

KHAUAJA, Daniela Motta Romeiro . **O processo de internacionalização de empresas brasileiras**: estudo com franqueadoras. 2011. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).

KOTABE, M.; HELSEN, K. **Global Marketing Management**. 3 ed. Wiley, 2004.

ROCHA, E. P. G. **O que é etnocentrismo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

KATZ, J. S.; MARTIN, B. R. **What is research collaboration?** *Research Policy*, Amsterdam, n. 26, p. 1-18, 1997.

KIAMBI, D.; SPIRO KIOUSIS; ARCENEUX, P. **Analyzing media valence shifts: The association between a U.S. PR firm's engagement and Kenya's portrayal in U.S. media**. *Public Relations Review*, v. 50, n. 4, p. 102485–102485, 1 nov. 2024.

Ki, E., & Ye, L. **An Assessment of Progress in Research on Global Public Relations from 2001 to 2014**. *Public Relations Review*, 43, 235-245, 2017

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEE, S.; CHUNG, S.; LEE, E. **Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors**. *Journal of Communication Management*, 4 jan. 2023.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3 .ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MORAN, R.T.; HARRIS, P.R.; MORAN, S.V. **Managing Cultural Differences**. 8. ed. London: Routledge, 2011.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MARSCHLICH, S.; INGENHOFF, D. **Stakeholder engagement in a multicultural context: The contribution of (personal) relationship cultivation to social capital**. *Public Relations Review*, v. 47, n. 4, p. 102091, nov. 2021.

MARSCHLICH, S.; INGENHOFF, D. **The role of public relations in corporate diplomacy: how relationship cultivation increases organizational legitimacy**. *Journal of Public Relations Research*, p. 1–20, 6 out. 2021.

MACIAS-CHAPULA, C. A. O papel da informetria e da cienciometria e sua perspectiva nacional e internacional. **Ciência da informação**, v. 27, p. 134-140, 1998.

MUGNAINI, R.; JANNUZZI, P. M.; QUONIAM, L. **Indicadores bibliométricos da produção científica brasileira: uma análise a partir da base Pascal.** *Ciência da informação*, v. 33, p. 123-131, 2004.

MESCHINI, F. O. **Information as thing, de Michael K. Buckland: 30 anos de publicação: importância e impacto para a Ciência da Informação.** *Ciência da Informação Express*, [S. l.], v. 2, p. 1–7, 2021. Disponível em: <https://cienciadainformacaoexpress.ufla.br/index.php/revista/article/view/87>. Acesso em: 19 nov. 2024.

MIÑO, P.; SAFFER, A. J. **Networks of international public relations production: The case of Latin American organizations' connections to U.S. agents.** *Public Relations Review*, v. 47, n. 4, p. 102054, nov. 2021.

MOHAMMED, I. A.; MOHAMMED, I. A. **International public relations strategies on the website of the German Foreign Ministry in Arabic.** *Res Militaris*, v. 12, n. 2, p. 6282–6289, 2022.

OLIVEIRA, C. C. **O comportamento de autocitação: uma análise de Birger Hjørland e suas dimensões na Ciência da Informação.** *Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*, p. 147-159, 2023.

OLIVEIRA, Carla Conforto de. **Produção científica sobre desinformação nas ciências sociais (2017-2022): delineando avanços e tendências.** 2024. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Marília, 2024.

OLIVEIRA, E. F. T. **Estudos métricos da informação no Brasil: indicadores de produção, colaboração, impacto e visibilidade.** Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2018, 184 p. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/msjk9>. Acesso em: 16 nov. 2024.

PERLMUTTER, H. **The tortuous evolution of the multinational corporation.** *Columbia Journal of World Business*, vol. 4(1), pp. 9-18, 1969.

PINHEIRO, A.; ESTEVES, T.; SULEMAN, F. Seleção e competências dos expatriados e estratégias de internacionalização: um estudo exploratório de empresas portuguesas. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, Rio de Janeiro, RJ, v. 14, n. 1, p. 48–60, 2015. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rbpg/article/view/78441>. Acesso em: 16 nov. 2024.

PIMENTEL, P. C. ; GARCIA, B. E. S. **Relações Públicas Internacionais e o neoinstitucionalismo: Uma proposta de diálogo e de agenda de pesquisa.** *Estudos em Comunicação* , v. 33, p. 149-164, 2021.

PRITCHARD, A. **Statistical Bibliography or Bibliometrics?** *Journal of Documentation*, v. 25, n. 4, p. 348-349, 1969.

SANTOS, L. R. **Comerciais da cerveja polar export: bairrismo e efeitos de sentido.** Monografia (Licenciatura em Letras) - Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2012.

SALIU, H. **Public Diplomacy and Related Concepts from the Perspective of Lasswell's Communication Model.** JAHR, v. 11, n. 2, p. 357–376, 2020.

SILVA, Vagner de Carvalho. **Uma perspectiva internacional para as Relações Públicas.** NP 05 – Relações públicas e Comunicação organizacional, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom: 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/915304366275828836610149759521897581.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2024.

SONNENWALD, D. H. **Scientific Collaboration.** Annual Review of Information Science and Technology, New York, v. 42, n. 1, p. 643-681, 2008.

SUBRAMANYAM, K. Bibliometric studies of research collaboration: a review. **Journal of Information Science**, Brighton, v. 6, n. 1, p. 33-38, 1983.

TAGUE-SUTCLIFFE, J. **An introduction to informetrics. Information processing & management**, v. 28, n. 1, p. 1-3, 1992.

VERCIC, D.; GRUNIG, L. A.; GRUNIG, J. E. **Global and specific principles of public relations: evidence from Slovenia.** In: CULBERTSON, H. M. e CHEN, N. (orgs.). International public relations: a comparative analysis. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 31-65, 1996.

VAN DYKE, M.; VERCIC, Dejan. **Relações públicas, diplomacia pública e comunicação estratégica: um modelo internacional de convergência conceitual.** O manual de relações públicas globais: teoria, pesquisa e prática, p. 822-843, 2009.

VANZ, S. A. de S.; STUMPF, I. R. C. **Colaboração científica: revisão teórico-conceitual.** Perspectivas em Ciência da Informação, v.15, n.2, p.42-55, maio./ago. 2010.

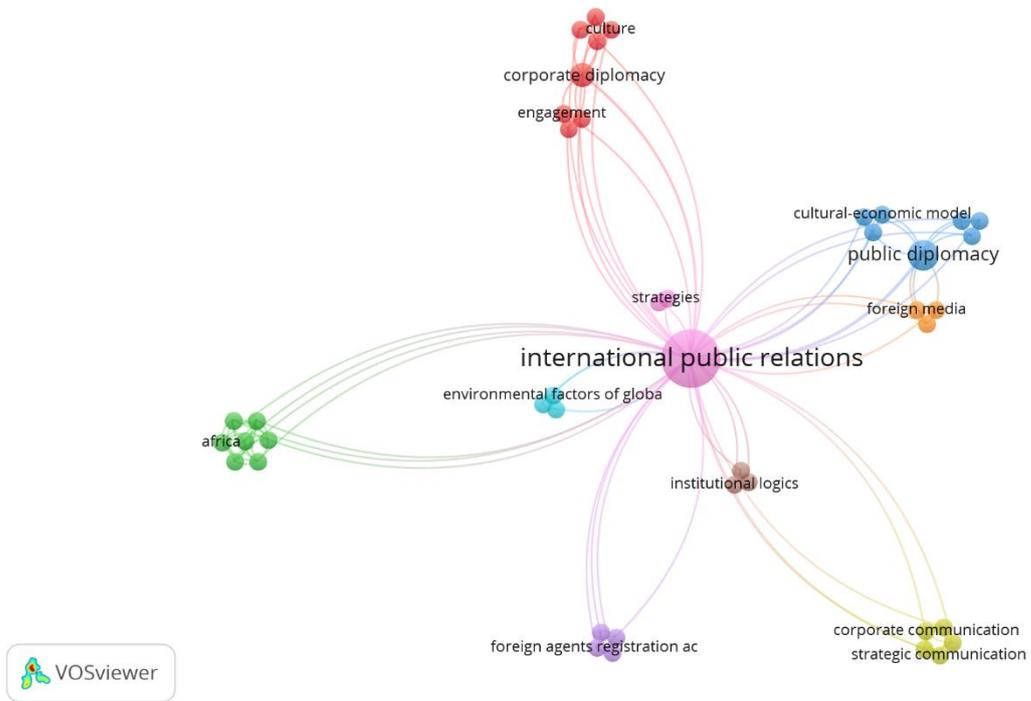
WAKEFIELD, Robert I. **Relações públicas de classe mundial: um modelo para relações públicas eficazes na multinacional.** Revista de Gestão da Comunicação, v. 5, n. 1, pág. 59-71, 2001.

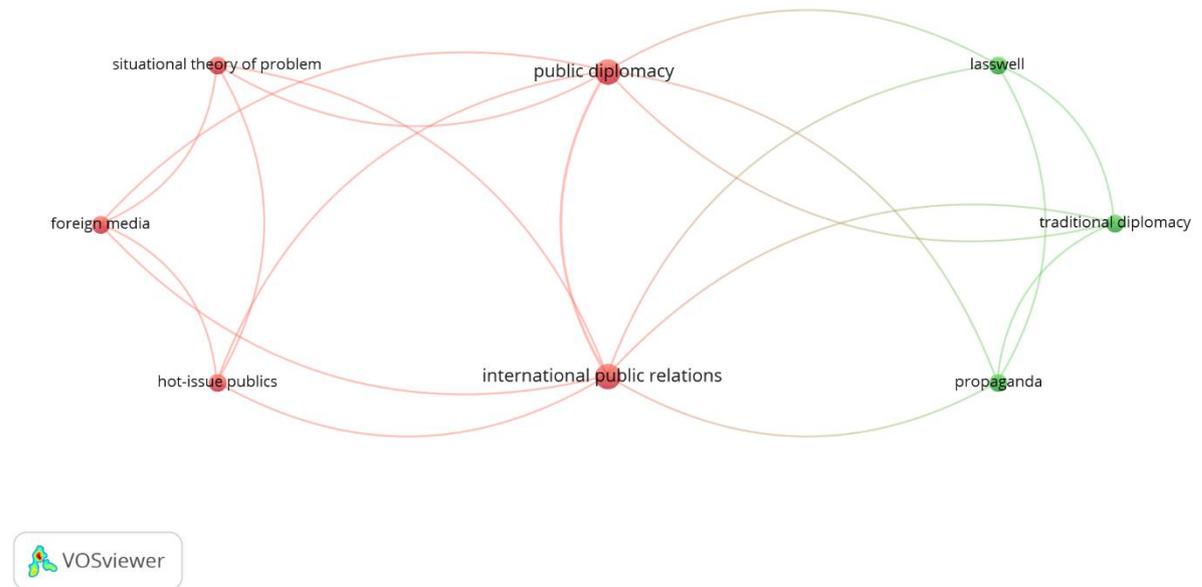
WAINBERG, J. A. As Relações Públicas Internacionais e a Diplomacia Corporativa. **In:** DORNELLES, S. M. G. (org). Relações Públicas: Planejamento e Comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

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

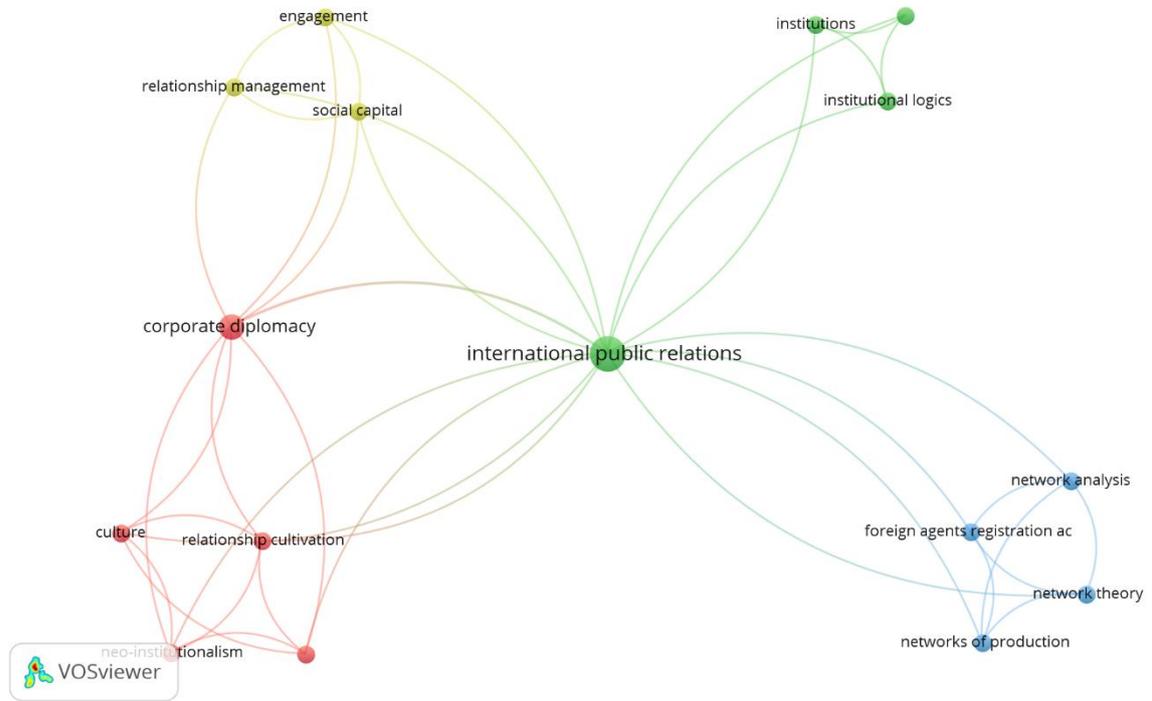
ZHU, Y. **Knowing our air from them: Exploring perception of foreign media affinity, dependency and accessibility as activators for Chinese publics.** Global Media and Communication, p. 174276652092258, 10 jun. 2020.

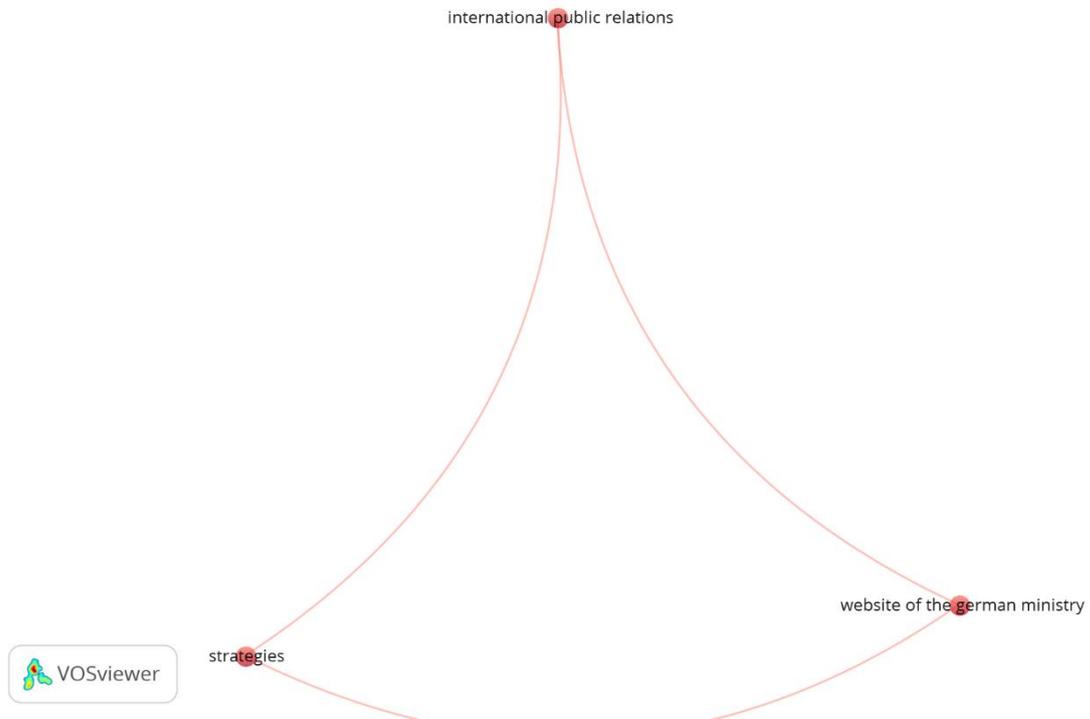
APÊNDICE A – Grafo representando cocorrência de todas as palavras-chaves dos artigos

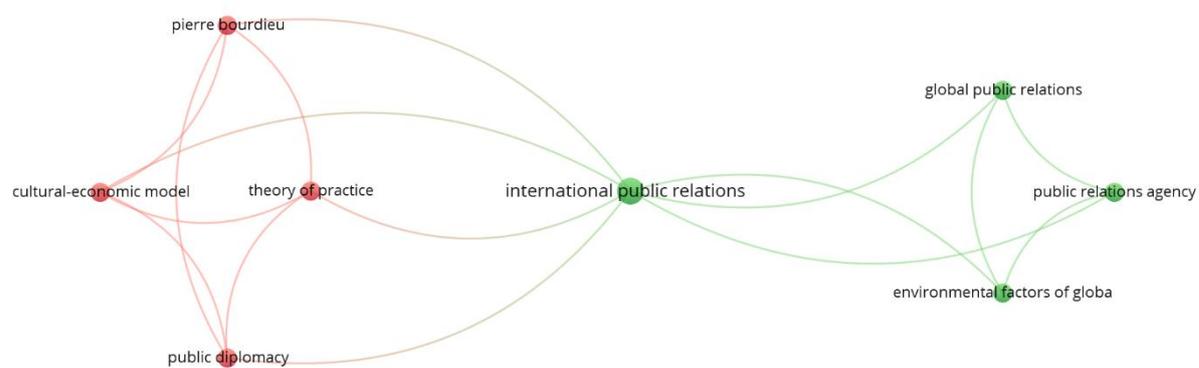


APÊNDICE B – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2020

APÊNDICE C – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2021



APÊNDICE D – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2022

APÊNDICE E – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2023

APÊNDICE F – Grafo representando coocorrência das palavras-chaves dos artigos de 2024

