

PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Nos últimos anos tenho acompanhado, nas monografias, dissertações e teses da área da comunicação organizacional e relações públicas, as revisões bibliográficas que dão conta do desenvolvimento deste campo de estudo.

O que se tem observado é um crescimento da produção científica da comunicação organizacional em todos os níveis e o reconhecimento de obras nucleares nessa área de estudos.

A nova edição revista, atualizada e ampliada do livro de Margarida M. K. Kunsch responde exatamente às duas características apontadas: é uma obra, que desde a sua primeira edição é quase que obrigatoriamente citada em todos os estudos e pesquisas no campo das Relações Públicas e, agora, nessa nova edição, vem atender às necessidades surgidas com a ampliação dos estudos de comunicação organizacional.

Na 1ª edição, de 1986, a autora divide a obra em quatro capítulos, tomando as Relações Públicas como o foco que orienta toda a temática da obra.

Neste momento, o texto responde ao contexto sócio-político do país com a retomada das instituições democráticas e do reposicionamento das organizações diante do novo cenário.

Após dedicar dois capítulos ao planejamento organizacional e de relações públicas, a autora retoma no capítulo final a função das Relações Públicas no contexto da comunicação integrada.

A nova edição do livro, após 17 anos, surge renovada, tanto em termos da temática do planejamento de Relações Públicas como do contexto em que ela opera.

A autora esclarece no prefácio as propostas que vão nortear o livro:

- a necessidade de apoiar o planejamento de Relações Públicas com os fundamentos teóricos que se sustentam em áreas correlatadas, administração e comunicação, entre outras;

- o propósito de tratar as relações públicas como um campo das ciências da comunicação e a formulação do planejamento como um “exercício de bases científicas e técnicas”.

A nova edição da obra está dividida em 9 capítulos, distribuídos em três campos temáticos:

No primeiro a autora abrange especificidades das organizações no sistema global e o processo comunicativo que nelas operam (cap. 1 e 2); traz como novidade a diferenciação entre organização e instituição, e uma revisão de propostas de caracterização das organizações; apresenta ainda um modelo de arquitetura organizacional, aplicado ao binômio arquitetura/estratégia e arquitetura/cultura;

Na segunda parte, (3º e 4º capítulos), a autora se dedica a atualizar os conceitos e dimensões das Relações Públicas como princípio da comunicação na organização. Nesses capítulos, merecem destaque os novos desafios das organizações modernas, representados pelas abordagens de cidadania empresarial e da responsabilidade social.

O capítulo inclui, também, a discussão sobre Relações Públicas como espaço da controvérsia pública, nas dimensões de gerenciamento de questões públicas e de crises, dois temas relativamente recentes no Brasil, no âmbito das Relações Públicas.

No encerramento da segunda parte da obra (4º capítulo), Kunsch aborda um tema que perpassa a maioria de seus textos – a comunicação integrada -, atualizando a discussão da interface entre Relações Públicas e Jornalismo, no relacionamento das organizações com a mídia, trazendo conceitos de teóricos do jornalismo (Dines, Chaparro, Bueno e Rogério Santos) e depoimentos de profissionais do mercado (Nemércio Nogueira, Marco Antonio Rocha e Miguel Jorge, entre outros).

A terceira parte da obra dedica-se ao planejamento, enquanto filosofia e processo, com destaque para o planejamento estratégico direcionado para a comunicação organizacional em Relações Públicas.

Os temas novos dessa edição surgem no capítulo 7, onde a pesquisa e auditoria de relações públicas são analisadas como instrumentais para o diagnóstico e a avaliação dos planos, projetos e programas de Relações Públicas.

Resenha

A autora optou por não construir uma conclusão geral, preferindo fazê-lo ao final de cada capítulo.

Finalmente, merece destaque a bibliografia apresentada pela autora, na medida que demonstrou sua capacidade de navegar pela interdisciplinaridade no campo da comunicação, sem medo de enfrentar a interpenetração de espaços e atividades correlatas.

Embora não tenha aprofundado o tema da comunicação organizacional como ciência, com todo o potencial de que é capaz, provavelmente por ter mirado o seu público mais geral – estudantes de graduação e profissionais do mercado da comunicação – e não apenas ficar restrita ao ambiente da pós-graduação, Prof^a Margarida Kunsch cumpriu o objetivo proposto no prefácio do livro, oferecendo mais uma contribuição valiosa para o campo da Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada

Margarida Maria K. Kunsch

São Paulo, Summus, 2003

Heloiza Matos

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo