

Abrapcorp lança suas duas primeiras obras

Criada em 2006, a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp) está lançando suas duas primeiras obras: *Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*; e *A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações*.

O evento será no dia 23 de outubro, às 19h30, no auditório da Fnac Pinheiros – Rua dos Omaguás, 34, em São Paulo. Na ocasião, Margarida M. Krohling Kunsch, presidente da Abrapcorp, fará a palestra “Políticas de comunicação integrada na gestão da sustentabilidade” e Paulo Nassar, diretor-geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), a palestra “Comunicação: integração entre academia e mercado”.

As duas obras inauguram a Série Pensamento e Prática, que a Abrapcorp manterá com a Difusão Editora. A coleção incluirá obras sucessivas contendo as contribuições essenciais ligadas à temática dos congressos anuais da entidade, além de outras, geradas a partir dos trabalhos desenvolvidos por seus grupos temáticos.

A Abrapcorp também é coeditora da *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, lançada em 2004 pelo Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas de ECA-USP, o qual criado em 1999, está neste ano celebrando seu décimo aniversário. Como parte das comemorações dessa efeméride, no mesmo dia também será apresentada a segunda edição, revista e atualizada, do livro *Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas*, igualmente publicado pela Difusão Editora.

Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas

Essa coletânea, organizada por Margarida M. Krohling Kunsch, reúne contribuições do primeiro congresso da Abrapcorp, realizado em 2007, em conjunto com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Ela é enriquecida com artigos de autores renomados dos Estados Unidos, do México e da Espanha.

Em dezessete capítulos, distribuídos ao longo de três partes, se analisa a relevância das duas áreas diante dos desafios da sociedade contemporânea, discutem-se as bases de uma teoria brasileira para elas e se apresenta um panorama de seu “estado da arte” no País, avaliando conquistas e tendências. A obra mostra que as interfaces entre esses campos são uma realidade no Brasil, que já dispõe de massa crítica para refletir sobre sua diversificada temática, contribuindo para sistematizar as experiências vivenciadas na prática.

A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações

A obra, organizada por Margarida M. Krohling Kunsch e Ivone de Lourdes Oliveira, resulta das contribuições do segundo congresso anual da Abrapcorp, realizado em 2008, em conjunto com a Faculdade de Comunicação e Artes da PUC-Minas.

A sustentabilidade, que traz implicações para todos os âmbitos, é o ponto de intersecção entre as estratégias de negócio de uma organização e suas demandas econômicas, sociais e ecológicas. Abordar essa temática, inserindo em sua discussão a dimensão comunicativa, é um dos propósitos da obra, que é dividida em quatro partes: “Comunicação sobre a sustentabilidade organizacional em sociedades complexas”; “Gestão de processos comunicativos em organizações socialmente responsáveis”; “Organizações, sustentabilidade e ética”; e “Discursos e práticas de comunicação para a sustentabilidade em empresas brasileiras”.

Com reflexões críticas de cunho acadêmico e técnico, ela oferece subsídios a pesquisadores, profissionais e estudantes das áreas de comunicação organizacional, relações públicas, jornalismo, publicidade, marketing, administração e áreas correlatas para compreender como a comunicação pode contribuir com projetos de sustentabilidade.

Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas

Lançada em 2008, a obra, planejada e organizada por Margarida M. Krohling Kunsch, entrou em sua segunda edição passado apenas um ano. Revista e atualizada, ela é fruto da experiência de dez anos de atividades com o curso de igual nome, criado em 1999, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

As reflexões de dezoito professores desse curso, todos eles com ampla experiência na academia e também no mercado, mostram a importância de uma formação holística e abrangente dos novos comunicadores, mais inserida no contexto da sociedade e sempre atenta no relacionamento das organizações com seus públicos.

Buscando contribuir para a capacitação de estrategistas e gestores com visão ampla dos conceitos e das práticas de comunicação organizacional e de relações públicas, a coletânea se divide em três partes: “Sociedade, organizações e comunicação”, “Gestão da comunicação nas organizações” e “Marketing, imagem e comunicação”.