

JAMES E. GRUNIG

TEÓRICO REFERÊNCIA EM ESTUDOS DE EXCELÊNCIA NA ÁREA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

“We believe PR should be practiced to serve the public interest, to develop mutual understanding between organizations and their publics.”

-James E. Grunig

Universidade do Vale dos Sinos
Carreiras em Relações Públicas

Prof^a: Nadege Lomando

**Graduandos: Karoline Krüger, Márjure Ferreira e
William Gomes**

CARREIRA PROFISSIONAL

Nascido em 18 de abril de 1942;

Formou-se na Universidade do Wisconsin-Madison, onde recebeu PhD em 1968;

Em 20 anos de experiência publicou mais de 250 livros, artigos, capítulos e relatórios;

Premiado diversas vezes pela Sociedade de Relações Públicas da América e do Instituto de Pesquisas de Relações Públicas, entre outros;

Professor Emérito do Departamento de Comunicação da Universidade de Maryland.

OBRAS

Grunig é autor de seis livros e editor de cinco obras, estando as principais delas disponíveis em mais de uma dezena de idiomas, incluindo árabe, mandarim, japonês e hindu;

Obra de maior destaque no Brasil: Relações Públicas - Teoria, Contexto e Relacionamentos (Managing Public Relations).

MODELO DE EXCELÊNCIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS - GRUNIG E HUNT

Modelo de Mão Única - Assimétricos ou desequilibrados

- Tentam modificar a opinião pública, mas não a organização.
- Programas de comunicação que não são baseados em pesquisas e pensamento estratégico.

Modelo de agência de imprensa (propaganda) e divulgação

O objetivo dos programas de relações públicas é obter publicidade favorável para uma organização ou indivíduo na mídia de massa.

Modelo de informação pública

Semelhante ao trabalho realizado pelas assessorias de imprensa. Entende as relações públicas como disseminadoras de informações.

MODELO DE EXCELÊNCIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS - GRUNIG E HUNT

Modelos de Duas Mãos

Modelo Assimétrico de Duas Mãos

Utiliza a pesquisa para conhecer o pensamento dos públicos e, com base nessas informações, alicerça suas mensagens com o intuito de persuadir esses públicos para agirem de acordo com o desejo da organização.

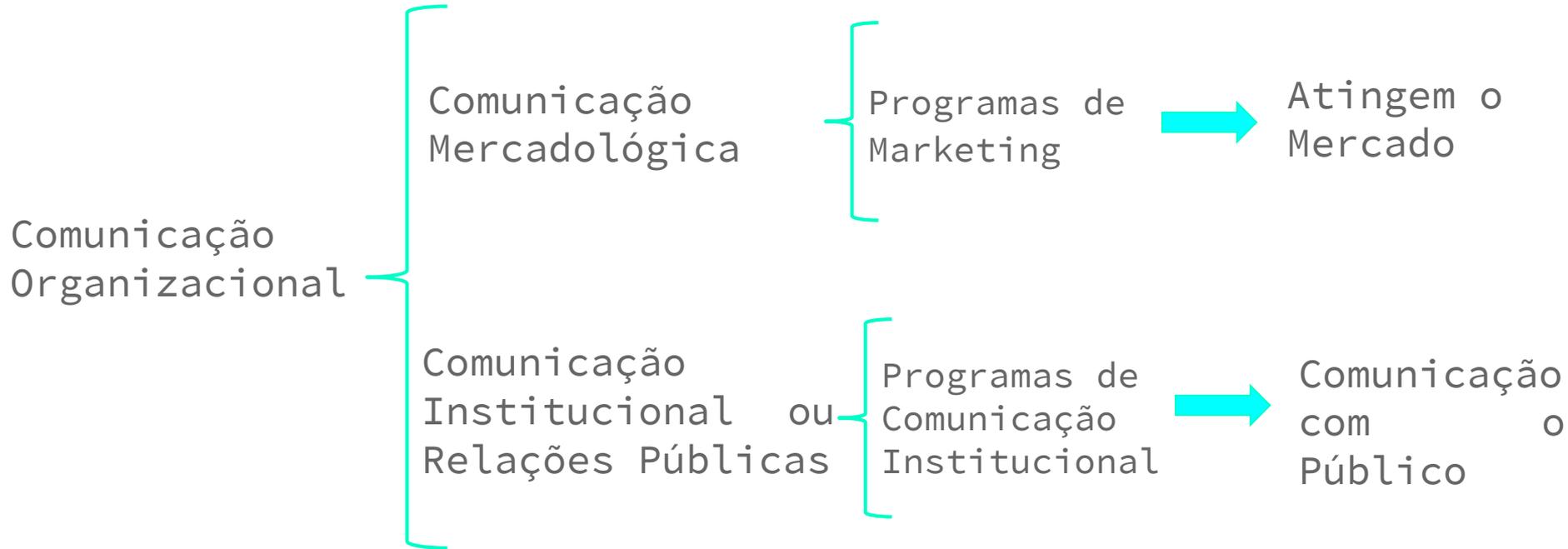
Modelo egoísta que vê a organização como CORRETA e os públicos como ERRADOS.

Modelo Simétrico de Duas Mãos

Baseado em pesquisa, utiliza a comunicação para administrar conflitos e aperfeiçoar o entendimento entre as organizações e seus públicos estratégicos.

Fundamenta-se na negociação e concessões.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL



MERCADO E PÚBLICO

	Condição	Objetivo
Mercado	Pessoas SATISFEITAS com a aquisição de bens ou serviços das organizações.	Cumprir Missões
Público	Pessoas INSATISFEITAS quando os produtos não são seguros ou são nocivos ao meio ambiente.	Planos de relacionamento para materializar suas missões e evitar desviar-se delas.

CONSIDERAÇÕES

Grunig é defensor do modelo simétrico de mão dupla. O teórico acredita que as organizações devem exercer um canal de comunicação com seus públicos de interesse, onde o público é participante direto nas tomadas de decisões desta instituição, sempre buscando o equilíbrio do interesse mútuo.

Segundo Grunig - *O poder é muitas vezes descrito como capacidade, ou algo possuído, que permite que alguém faça as coisas ou que os outros façam o que você quer que façam.*

CONSIDERAÇÕES

Grunig também foi consultor de pesquisa para AT&T, Edison Electric Institute, Maryland State Department of Education, Black and Decker , American Alliance for Health, entre outras organizações.

ATUALIDADE

Entrevista concedida à Universidade Estadual de Londrina

Comunicação Empresarial: *“Quais são os caminhos para se obter excelência em Relações Públicas e comunicação neste final de milênio? O que é comunicação excelente?”*

James Grunig: *“Comunicação excelente, como eu defini, são as Relações Públicas que agregam valor à organização. As Relações Públicas são excelentes quando ajudam a organização a atingir seus objetivos. Entretanto, as organizações não atingem seus objetivos isoladamente porque suas decisões têm consequências nos públicos e estes, frequentemente, opõem-se aos objetivos da empresa.[...]*

ATUALIDADE

[...] Portanto, as organizações devem estar em sinergia com seus públicos e incorporar seus objetivos aos da organização. Quando as empresas e seus públicos desenvolvem objetivos juntos, elas geralmente possuem melhores relacionamentos que as organizações que tomam decisões sem pensar nas consequências que terão. O trabalho de Relações Públicas excelente, portanto, é uma função administrativa que ajuda a construir relacionamentos com públicos estratégicos - aqueles que afetam as decisões da organização ou que são afetados pelas decisões da organização.”

REFERÊNCIAS

- LOMANDO, Nadege *et al.* **Relações Públicas Uma Carreira Diversas Possibilidades**. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- GRUNIG, James. **Gerando Comunicação Excelente**. Londrina, UEL, 13 out 2016. Entrevista cedida a Nara Damante e Paulo Nassar. Disponível em <<http://www.uel.br/ceca/portalarp/?p=201>>
- GRUNIG, James E. *et al.* **Relações Públicas: Teoria, Contexto e Relacionamento**.ed. São Paulo: Difusão, 2011.
- RELAÇÕES PÚBLICAS FONTES DE INFORMAÇÕES PARA RP. Disponível em <<https://inforp.wordpress.com/2012/07/03/obras-base-2/>>. Acesso em 21 mar. 2017
- WIKIPEDIA JAMES GRUNIG. Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/James_E._Grunig>. Acesso em 19 mar. 2017
- ECYOUNG JAMES E. GRUNIG. Disponível em <<http://ecyoung.weebly.com/>>. Acesso em 20 mar. 2017
- A EVOLUÇÃO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS DE ACORDO COM SEUS MODELOS. Disponível em <<https://linuscomunicacao.wordpress.com/2009/07/15/a-evolucao-das-relacoes-publicas-de-acordo-com-seus-modelos/>>. Acesso em 24 mar. 2017
- PUBLIC RELATIONS IN THE PUBLIC INTEREST. Disponível em <http://engagement.utk.edu/blog/2015/public_relations_in_the_public_interest/>. Acesso em 25 mar. 2017