

Comunicação Organizacional cresce com a força das ideias e do diálogo

Organizational Communication grows with the strength of ideas and dialogue

La Comunicación Organizacional crece con la fuerza de las ideas y del diálogo

Renata Hernandes¹

Debates, ideias e novas teorias sobre o papel estratégico da Comunicação Organizacional passaram a movimentar especialmente o mercado, a vida das empresas e o ambiente das universidades desde o final dos anos 1980. Desde então, a restauração da democracia no Brasil, a chamada globalização e o mundo virtual também contribuíram com ingredientes importantes para o surgimento de um consumidor muito mais ativo, disposto a defender seus direitos de cidadão. A rede de comunidades, por sua vez, identificou a importância de compartilhar responsabilidades sociais e econômicas da sociedade para buscar o desenvolvimento do País.

Esse contexto levou as empresas a operar grandes mudanças. Obviamente, continua assegurado seu direito ao lucro, mas cresce a importância do compromisso com a entrega de produtos e serviços de qualidade, a preservação do meio ambiente, a atuação ética e a transparência, além da conciliação de seus objetivos com as expectativas dos *stakeholders*.

1 Graduada em Jornalismo pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado (Fiam) e especialista pelo Curso de Pós-Graduação Lato Sensu de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela ECA-USP. É assistente de gerência do departamento de Comunicação e Relações Institucionais do Senac São Paulo. Com vinte anos de carreira, tem experiência principalmente na área de Relações com a Mídia, adquirida na prática, em vinte anos de carreira profissional, e com a participação em dezenas de cursos de extensão. Foi integrante da Turma 2004A do Gestcorp, tendo defendido a monografia O processo comunicacional como fator para o desenvolvimento do estresse nas organizações pós-modernas. E.mail: rshernandes@sp.senac.br.

O caminho não poderia ser outro. Caso contrário, o cliente/consumidor e os demais públicos estratégicos teriam uma percepção negativa das empresas diante de uma gestão descompromissada com os interesses da sociedade. Coube à Comunicação Organizacional o cuidado com a essência das organizações, desempenhando o papel multidisciplinar de traçar políticas para a construção de identidade e valores éticos, a preservação da reputação, a transparência, a promoção de relacionamento, a gestão de análise inteligente da informação – tudo para apoiar decisões nos negócios. Essa nova configuração é tão significativa que, de acordo com pesquisa realizada em 2008 pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) em parceria com o jornal *Valor Econômico*, a comunicação e o relacionamento foram reconhecidos como pressupostos imprescindíveis para a geração de resultados positivos nas empresas.

A percepção dessa importância da Comunicação Organizacional leva a defender que seu gestor ocupe um posto ao lado do principal executivo (CEO) no organograma de uma organização, uma vez que ele trabalha com elementos que influenciam nas tomadas de decisões. Isso ainda não se tornou realidade em muitas empresas, inclusive em muitas de grande porte.

Seja como for, a Comunicação Organizacional passou a ser responsabilidade de todos os funcionários dentro das empresas, independentemente de sua posição funcional. Dialogar e comunicar, sempre com capacidade de inovação, é fundamental diante no mundo midiático. Tudo é muito rápido e interesses políticos, econômicos e sociais sempre estão latentes, prestes a desencadear crises, ruídos e questionamentos. A sociedade da informação é volátil e, ao mesmo tempo, voraz por novos posicionamentos e novas possibilidades de intercâmbio de conhecimento.

O Gestcorp da ECA-USP captou e atendeu muito bem essas necessidades nos últimos dez anos. Adotou a conduta de integrar a produção de conhecimento acadêmico com a vivência do mercado, além de sempre ter mantido aceso o debate sobre tendências, rumos e inovações da gestão estratégica da Comunicação Organizacional nos diversos contextos do mundo globalizado.