

O desafio da comunicação em empresas globais

The challenge of communication in global companies

El desafío de la comunicación en empresas globales

Gislaine Rossetti⁴

No mundo moderno das comunicações, as questões emergentes que permeiam o cenário organizacional exigem a adoção de uma visão estratégica, administrativa e gerencial dos negócios que possibilitem vantagem competitiva. Agilidade nas decisões, liderança empreendedora, flexibilidade, criatividade, capacidade de comunicação e relacionamento interpessoal são algumas das habilidades requeridas ao gestor de comunicação contemporâneo, que podem ser desenvolvidas e/ou aprimoradas.

Vivemos uma era em que a integração mundial do conhecimento e da informação não têm influência apenas sobre os preços das ações e dos fluxos de *commodities* das corporações em âmbito mundial, mas principalmente, no gerenciamento de sua reputação. O engajamento no diálogo com os diversos públicos, portanto, é essencial e o gerenciamento desse diálogo passa a ser um desafio estratégico para os negócios e, principalmente, para o profissional de comunicação.

4 Graduada em Relações Públicas pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), com especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela ECA-USP. É diretora de Comunicação Social da Basf para a América do Sul. Tem experiência de dezoito anos na área de Comunicação Empresarial. Foi integrante da Turma 2001 do Gestcorp, tendo defendido a monografia *O impacto das crises ambientais na imagem corporativa: estudo de caso da Basf*. E.mail: gislaine.rossetti@basf.com.

Isso significa dizer que uma empresa global enfrenta um desafio permanente para comunicar duas coisas de maneira simples e coesa. Por um lado, ela deve demonstrar que considera os interesses dos diversos públicos e mostrar como isso é feito. Por outro, necessita ter coerência entre discurso e prática, e mostrar que o valor da empresa aumenta principalmente em consequência dos valores corporativos vividos por conta do relacionamento com os públicos de interesse.

O sucesso financeiro por si só não era ou não é a única razão para se fazerem negócios. As empresas assumem cada vez responsabilidades nos quesitos sociais que até então estavam a cargo do setor público. Ao mesmo tempo, elas também devem demonstrar a legitimidade moral que acompanha essas obrigações. Ganhar dinheiro e pagar imposto não é suficiente. As empresas dividem a responsabilidade pelas comunidades nas quais estão inseridas. Isso inclui seus próprios países, seus complexos produtivos, seus mercados de atuação e, sobretudo, seus *stakeholders*.

A análise e a compreensão de conceitos e instrumentos de gestão aplicados à Comunicação Institucional, por meio de uma visão sistêmica e integrada, considerando os diversos cenários empresariais e conjunturais, é fundamental para o profissional que trabalha com a temática da Comunicação Corporativa.

Nesse contexto, o Gestcorp da ECA-USP possibilita obter maior profundidade em diferentes áreas do conhecimento, permitindo explorar com mais propriedade assuntos complexos das diversas áreas da empresa. Oferece uma imersão em disciplinas cuja teoria em uma área específica do conhecimento tem aplicação imediata do seu conteúdo nas atividades desenvolvidas no dia a dia da empresa, por meio da articulação entre conhecimento e estudos de casos. Além disso, o curso oferece um ambiente propício para intensa troca de experiências entre os alunos, favorecendo o *networking*.

A experiência que adquiri no Gestcorp foi, sem dúvida, de grande valor. Pude aprimorar a habilidade na gestão da Comunicação Corporativa, cujo desafio é participar ativamente da gestão estratégica da empresa em que atuo, assegurando uma comunicação eficaz e alinhada a seus objetivos de negócios e ao gerenciamento de sua reputação.