



Comunicação – problema ou solução?



JOANA SOARES
Gestora de Comunicação
comunicacao@q4e.pt
www.q4e.pt

Estamos na era da tecnologia, em que todas as informações podem chegar a todos imediatamente, estejam onde estiverem. No entanto, mesmo com todas estas facilidades, a comunicação ainda constitui um grande problema para muitas organizações.

E porque é que isso acontece? Podemos identificar algumas causas, das quais destacamos: a ausência de um departamento na área; a falta de uma estratégia de comunicação e de envolvimento da gestão, do qual derivam a falta de informação e a incorreta utilização dos meios comunicacionais.

Antes de mais, é preciso que as organizações vejam a comunicação como uma componente da gestão, como uma ferramenta estratégica para o crescimento organizacional. Mais do que comunicar, é preciso comunicar bem, nos timings certos, com os meios adequados e tendo em conta o público (interno e externo) que é importante para a organização, ou seja, que definam o Quê, Com Quem, Como e Quando.

Os atuais modelos de gestão, já seguidos por algumas organizações, acabam por

constituir um importante meio de apoio à comunicação, ao exigirem um maior envolvimento da organização com seus grupos de trabalho e com a comunidade, adotando a transparência e uma gestão socialmente responsável. Neste âmbito, a comunicação é estrategicamente pensada para propagar os valores e a cultura da empresa, a sua missão e visão de futuro e, ainda, para conferir uma imagem de prestígio.

Ao procurar esta qualidade comunicacional, a primeira coisa que consideramos é a comunicação estabelecida com o público consumidor. No entanto, não podemos descurar a comunicação interna, pois esta acabará por ser o reflexo do que se pretende transmitir ao público externo. Uma comunicação interna bem estruturada e planeada contribui para o melhor desenvolvimento da organização. Quanto mais informados acerca das atividades das suas organizações mais os colaboradores estarão motivados e por conseguinte mais produtivos, contribuindo ainda para uma melhor divulgação da organização. É importante que a informação comunicada seja coerente com as práticas da organização, isto é, que seja uma comunicação transparente, verdadeira e perceptível pelas partes interessadas.

A comunicação é, pois, um fator decisivo para a imagem que a organização tem junto dos seus públicos, logo, possuir uma estra-

tégia global de comunicação eficaz e adaptada à sua realidade é fundamental. Uma estratégia bem elaborada permitirá que todos os seus esforços de comunicação sejam coerentes, coesos e contínuos.

Assim, o caminho para uma organização de sucesso passa por apostar na comunicação e como tal devem:

- Definir metas para a organização;
- Criar um departamento de comunicação (na ausência de um);
- Elaborar uma política/estratégia de comunicação tendo em conta as variáveis internas e externas (mercado concorrencial; públicos-alvo; posicionamento; eixos de atuação; objetivos);
- Envolver as equipas no desenvolvimento dos trabalhos;
- Medir a eficácia e eficiência das atividades definidas na estratégia;

Na Q4E a preocupação constante em fazer melhor, em continuar dinâmica, proativa e em crescer juntamente com os seus parceiros, tornou a comunicação uma aposta fundamental para prosperar no mercado competitivo atual.

Uma comunicação eficaz e eficiente intensifica as relações interpessoais, aproxima os colaboradores da organização, melhora o clima organizacional, e fortalece a imagem e identidade da organização junto do seu público.