"Pensar na crise antes de acontecer é o ideal"

Consultor diz que a comunicação estratégica contribui para gerenciar conflitos

Divulgação

James Grunig: conhecer o público é a chave das ações de comunicação estratégica

Mariana Celle
mcelle@brasileconomico.com.br

A maioria das empresas busca a comunicação como ferramenta estratégica em períodos de dificuldade, quando uma crise já foi desencadeada, diz James Grunig, consultor americano considerado um dos grandes nomes da comunicação empresarial. Para ele, o papel da atividade pode ir além de gerenciador de fases difíceis. Grunig diz que uma comunicação bem-feita evita custos e gera mais receita.

Relações públicas para empresas podem ser consideradas o mesmo que comunicação estratégica?
Eu considero relações públicas e comunicação estratégica a mesma coisa, embora, algumas vezes, as pessoas que usam o termo "comunicação estratégica" pensem em publicidade aliada a relações públicas. Usando aqui o termo relações públicas estratégicas ou apenas comunicação estratégica, podemos dizer que ela acontece quando os esforços são direcionados aos públicos de interesse da empresa.

Quando a atividade de relações públicas se torna estratégica?
No momento em que os programas de relações públicas são desenvolvidos para estabelecer a comunicação com os públicos impactados pelo comportamento de uma organização ou que afetam o comportamento dela. O profissional de relações públicas que apenas envia comunicados para a imprensa na esperança que alguém dê atenção a eles tem pouco ou nenhum valor para a companhia.

Qual o primeiro passo para uma empresa implementar sua comunicação estratégica?
Uma companhia nessa situação geralmente não pensa em aplicar um programa de comunicação estratégica até se confrontar com uma crise. Depois que a tensão é afastada, o profissional de relações públicas estratégicas começa então a questionar a liderança da organização sobre o que motivou a situação. Na maioria das vezes, ela ocorreu devido a um relacionamento pobre com o público ou por uma falha do comportamento gerencial, que pode ter causado uma sensação de risco para um determinado conjunto de pessoas.

Quais as principais falhas das empresas ao aplicarem a comunicação estratégica?
É preciso avaliar se os programas de comunicação afetam a percepção, atitude e comportamentos tanto do público quanto da corporação. Relações públicas estratégicas só são possíveis se a pesquisa fizer parte de todas as iniciativas, por isso é importante contratar profissionais que saibam conduzi-la.

Quais as consequências de uma comunicação estratégica ineficiente?
Crises ou questões envolvendo as organizações custam a elas uma grande soma de recursos e afetam sua reputação e relacionamentos. E os relacionamentos são cruciais para que uma organização se mantenha em longo prazo. Desta forma, o ideal é que as empresas pensem em crises potenciais antes que elas aconteçam e não assumam riscos excessivos, como parece ter sido o motivo da recente crise financeira mundial e da crise resultante do vazamento de óleo da BP no Golfo do México.

> "O profissional de relações públicas que apenas envia comunicados para a imprensa, na esperança que alguém dê atenção a eles, tem pouco ou nenhum valor para a organização

Como desenvolver atividades de relações públicas estratégicas eficazes?
Elas começam pela identificação de seus públicos e depois pelo desenvolvimento de programas para comunicar e cultivar relações com eles. Identificamos quem são os afetados por decisões gerenciais e transmitimos as informações levantadas para a liderança da organização, de forma a ajudá-la a tomar decisões. Isso aprimora os relacionamentos e torna a companhia mais sustentável, uma vez que possibilita que os públicos se manifestem com relação às decisões gerenciais.

Quais são os resultados de iniciativas como essa?
Agregação de valor tanto para a organização quanto para os públicos de interesse. Pesquisas mostram que relacionamentos positivos, ao longo do tempo, reduzem custos, aumentam receita e reduzem riscos. Desta forma, podemos assegurar que medir a qualidade do relacionamento por meio destas medidas quantitativas vai proporcionar evidências com as quais a empresa economiza recursos, evita custos ou gera mais receita. ■

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 22, 23 e 24 out. 2010, Primeiro Caderno. p. 24.