

Comunicação, estratégia e gestão: o que há de comum nesses fenômenos?

Um coisa é ter conhecimento sobre o mundo (a natureza, o comportamento dos mercados, a psicologia humana), outra é transformar o conhecimento em coisas úteis." Nóbrega, 2004, p. 16

Todo dia e a todo momento as organizações vivenciam os fenômenos da comunicação, da estratégia e da gestão. Tais fenômenos têm benéficos efeitos e características que integram planos, unem as pessoas e fazem bem às organizações e seus integrantes.

É claro que nem tudo é assim. Há gerentes e organizações que não conseguem captar as diversas facetas desse trinômio, criando barreiras e fossos à prática da estratégia, da comunicação e da gestão, formando preconceitos e distorções.

Muitas organizações deixam os setores da comunicação para técnicos, imaginando que eles sejam mais capazes de lidar com modernos meios de propaganda, de entender os esquemas jornalísticos e a mídia eletrônica e de atuar como relações públicas. Não vêem o caráter estratégico da comunicação.

No que diz respeito à estratégia, pensam que a globalização diminuiu seus efeitos, atenuou muito sua capacidade de interferência nos resultados e que o futuro, que antes poderia ser construído como resultado de sua capacidade, agora é determinado por forças externas ao seu ambiente. Não consideram a relevância da estratégia como ferramenta própria de ação.

Gestão seria um processo lógico de processamento de informações e procedimentos que a modernidade tecnológica englobou e cuja aplicação obrigaria a novos investimentos em pessoal e material, até desfigurando a tradicional imagem conquistada com tanto esforço. Em outras palavras, ignoram que gestão é a disciplina que torna produtivos os "saberes" de vários campos do conhecimento. É por meio dela que as outras inovações produzem seus efeitos. Gestão começa com uma forma de mentalizar o mundo. Sempre que temos de tomar iniciativas para gerar um resultado precisamos de gestão.

A visão contemporânea do trinômio comunicação, estratégia e gestão revela a luz no fim do túnel! Os três fenômenos têm características em comum e para as quais as organizações deveriam ficar atentas. Os melhores planos e as mais brilhantes estratégias são conduzidos ao fracasso sem uma boa gestão da comunicação. Assim, a partir da decisão estratégica é conveniente pensar termos de planejamento da comunicação.

Nesse contexto, a partir de pesquisa que permita mapear públicos e os problemas residentes, levantam-se projetos e programas que, uma vez implantados, exigem avaliação e novas pesquisas que identificariam o que deu certo e o quais os erros cometidos. O processo continua, não é pontual. Corrigir o que deu errado e aprimorar o que deu certo são novos passos na gestão comunicativa da estratégia.

Comunicação, estratégia e gestão têm muito em comum. Comunicação estratégica é o motor da gestão!