



Números e comunicador: tudo a ver

Saiba como foi o primeiro módulo do Curso Internacional de Comunicação Empresarial ABERJE – Syracuse University que contou com duas especialistas norte-americanas

Ao som de música clássica, enquanto os canapés chegavam na antesala, os alunos eram apresentados uns aos outros. A professora norte-americana Maria Russell ficou surpresa com o alto nível dos estudantes, muitos em cargos executivos de empresas e de agências de

comunicação. Ela constatou que 40% dos alunos inscritos estiveram presentes no lançamento do curso, em 10 de fevereiro, quando ela ministrou a palestra “Tendências internacionais em Comunicação Empresarial, os diferenciais do profissional do futuro”, no Espaço Cultural Vivo.

O coquetel era a abertura oficial do Curso Internacional Aberje. O primeiro módulo ocorreu de 27 a 29 de abril, no Mercure Grand Hotel São Paulo Ibirapuera. Na platéia, 37 privilegiados alunos absorveram com atenção os ensinamentos das gurus Maria Russell, professora

e diretora da Newhouse School of Public Communications – Syracuse University, de Nova York, e Maria Schnabel, diretora de comunicação para a América Latina da Cingular Wireless.

O encontro era também o coroamento de um longo trabalho. Em sua mensagem de boas-vindas aos alunos, Paulo Nassar, diretor-presidente da Aberje, relatou o processo que levou quatro anos para estruturar o curso e contou com a colaboração de Mateus Furlanetto, gerente de relações públicas da Aberje, na seleção da escola-parceira e dos professores. Nassar destacou que a Aberje seguiu o exemplo dos precursores das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional moderna de trazer ao Brasil o melhor do conhecimento norte-americano. Ele lembrou que já em 1953 e 1954, a Escola Brasileira de Administração Pública, incor-

porada à Fundação Getúlio Vargas, contratou o mestre das relações públicas Harwood L. Childs para ministrar cursos

“O encontro era também o coroamento de um trabalho de quatro anos para estruturar o curso internacional”

de comunicação no País e que o lançamento do Curso Internacional Aberje tinha uma dimensão simbólica e histórica importantes do resgate dessa grandeza.

Vanguarda - E os alunos gostaram. “É importante a possibilidade de conta-

to com professores norte-americanos para absorção de conhecimentos de vanguarda”, explica Lara Dornas, consultora de desenvolvimento sustentável da Samarco Mineração. Muitos também se sentiram atraídos pela vocação do curso para a realidade brasileira, apesar de todas as aulas serem ministradas em inglês, com tradução simultânea. Diante da timidez dos alunos, talvez causada pelo idioma, Maria Schnabel surpreendeu os alunos, falando em bom português, que eles podiam se manifestar em língua nativa. Demonstrando enorme simpatia pelo País, ela esclareceu que era espanhola. “Sou residente nos Estados Unidos, mas morei dois anos no Brasil, de 1997 a 1999, quando atuei na comunicação do lançamento da BCP, empresa de telefonia móvel que antecedeu a Claro”, disse ela.

Dez mandamentos do comunicador

As 10 principais habilidades do comunicador empresarial para Maria Russell, professora e diretora da Newhouse School of Public Communications – Syracuse University, de Nova York.

I Gerenciar o cenário como um todo;

II Saber liderar;

III Ter uma boa equipe;

IV Construir relacionamentos;

V Ser um educador e difusor da importância da comunicação para todas as áreas da empresa;

VI Ter capacidade de planejar a comunicação de forma integrada;

VII Criar estratégias de comunicação que auxiliem os negócios;

VIII Desenvolver políticas de comunicação para os diversos públicos da organização;

IX Produzir e mensurar resultados;

X Ser confiável nos momentos de glória e também nos de crise.

Apesar do clima de descontração e da liberdade total para interromper e fazer perguntas, as aulas foram mescladas a vários exercícios e simulações de situações de crise em que os alunos eram convidados a opinar individualmente e em grupo. “Hoje, as questões são globais e o futuro dos comunicadores depende dessa visão”, alertou Maria Schnabel.

Organizador - Para coordenar o Curso Internacional ABERJE, o escolhido foi o norte-americano radicado no Brasil James Heffernan, diretor do The Jedy Group. Ele explica que a proposta do treinamento é ajudar a disseminar e aplicar conhecimentos que estimulem a carreira dos alunos. Heffernan tem a

Empresas participantes

Confira algumas das grandes empresas que inscreveram suas equipes no treinamento:

Alcatel

Aracruz

Banco Itaú

Brasilprev

Cognis

CVRD

Gerdau

Infraero

Klabin

Petrobras

Samarco

Suzano

Vivo

Votorantim

O negócio é a comunicação

Maria Russell, diretora da Syracuse University, recomenda que entender de negócios e finanças pode fazer a diferença na atuação do comunicador

Conhecer novas formas de atuação para auxiliar os clientes a enfrentar os desafios no cenário global tem sido uma constante na vida dos comunicadores nas organizações. E para ajudar nessa missão, a ABERJE trouxe ao Brasil Maria Russell, professora e diretora da Newhouse School of Public Communications, da Syracuse University, e escolhida “Educadora do Ano” em 1997 pela Associação Americana de Relações Públicas (PRSA). Ela é uma das professoras do Curso Internacional ABERJE e entusiasta de que os comunicadores devem aprender finanças e negócios para conversar na mesma língua dos dirigentes das empresas, voltados a resultados numéricos.

Comunicação Empresarial: Muitas habilidades são exigidas do profissional de comunicação empresarial. Quais serão as mais exigidas no futuro?

Maria Russell: Os bons relacionamentos públicos tradicionalmente são focados na comunicação oral e escrita. O diferencial hoje do profissional do futuro é a habilidade de trabalhar com o aspecto negocial. Se nos distanciarmos do business, da matemática, dos números, dos gráficos, vamos nos distanciar do CEO que tem a visão do negócio. Se não falarmos do negócio, nunca seremos chamados para reuniões de cúpula porque, para os executivos, o RP não tem essa visão contábil. Sem falar que precisamos ter conhecimento financeiro para saber mensurar, manejar e justificar orçamentos.

CE: Em geral, finanças não está presente nos cursos de comunicação. Qual seria a melhor maneira de suprir essa necessidade de conhecimento?

MR: Esse é um problema dos cursos de graduação em comunicação, mas às vezes finanças está presente nas pós-graduações. Uma alternativa seria fazer cursos em nível de pós-graduação ou correlatos nas áreas de economia e finanças para superar essa falha que os comunicadores têm em rela-

ção à interpretação de números. Nos Estados Unidos, há cursos bem rápidos, que duram um final de semana. Temos de investir na educação continuada. Claro que não se aprende tudo, mas já dá uma idéia básica para que possamos lidar com esse novo universo. Para atuar na área de responsabilidade social, por exemplo, é necessário conhecer negócios. Somente quando os comunicadores invadem a área de negócios é que têm oportunidade de ter acesso às grandes decisões da empresa.

CE: A senhora integra a equipe de revisão do Conselho de Aprovação sobre Formação em Jornalismo e Comunicação de Massa. Como o tema tem sido discutido nos Estados Unidos?

MR: Todo ano temos discussão sobre como melhorar o ensino de relações públicas. Também participo do Accredite College of Journalism e Mass Communications (ACJMC), que fornece um selo de qualidade às escolas que efetivamente tenham bom ensino de comunicação. Os profissionais de educação e das empresas devem caminhar juntos para garantir a boa formação e encorajar os funcionários a continuar a aprender, ir a seminários e cursos.

CE: Como está a imagem do profissional de comunicação empresarial nos Estados Unidos? Como esse profissional é visto pela sociedade?

MR: Hoje há uma ambigüidade em torno da figura do profissional de comunicação empresarial. Muitos o vêem como um manipulador, que diz que algo é bom, mesmo quando não é. É aquela pessoa que mascara os fatos. O problema, muitas vezes, está na empresa. Se você é um profissional ético e a companhia lhe força a manipular, a situação é muito grave porque você tem de escolher entre a ética pessoal e sua necessidade de sobrevivência, de ganhar seu salário. Para se ter uma idéia de como a opinião pública percebe a área de Comunicação Corpo-



DIVULGAÇÃO

Maria Russell, da Syracuse University, quer que os comunicadores invadam as áreas de negócios das empresas

rativa nos Estados Unidos, há o exemplo de um aluno de nossa universidade que contou à mãe que estudaria Public Relations. A mãe começou a chorar de desgosto achando que essa não seria uma boa carreira ou uma atividade digna.

CE: A senhora é juíza do concurso Silver Anvil, prêmio anual americano para os melhores trabalhos de relações públicas, da PRSA. O que os vencedores têm em comum?

MR: A qualidade dos trabalhos vencedores tem crescido bastante. Mas num projeto de comunicação não pode faltar pesquisa para saber se o público está satisfeito com a organização. Depois vem a ação e a comunicação propriamente dita. A última etapa é a avaliação final do trabalho. O que acontece hoje é que os profissionais esquecem de pesquisar o que o público quer e também de avaliar como eles receberam as ações. Muitas vezes, há boas ferramentas de comunicação, mas como provar que foi realmente disso que eles precisaram? É necessária a avaliação.

CE: Nos Estados Unidos, existe um grupo de Mulheres Comunicadoras, do qual a senhora faz parte. No Brasil, pesquisas da ABERJE mostram que a maioria dos comunicadores é mulher, mas elas ainda são poucas em cargos de direção. Em que round está essa "guerra dos sexos" em seu país?

MR: O Women in Communication é uma organização nacional, mas com capítulos locais em que discutimos igualdade de cargos e salários. Temos 65% de mulheres na comunicação empresarial nos Estados Unidos e há poucas na alta direção. Mas já existem exemplos interessantes, como o da Motorola, que tem uma mulher na alta direção de RP global. Helen Ostrowski, CEO da Porter Novelli, também é uma profissional brilhante, assim como Mary Lee Sachs, chairman da Hill and Knowlton USA.

CE: Por que a Universidade de Syracuse é considerada uma das mais conceituadas no ensino da comunicação no mundo?

MR: Temos ótimos professores e fazemos muitas palestras com especialistas de outros mercados. Nos últimos 15 anos temos realmente conseguido integrar o acadêmico com a visão prática. Os alunos não são forçados a fazer estágio, mesmo assim, eles fazem porque acham necessário. Nosso curso de RP é muito voltado para a realidade atual. Nos Estados Unidos, a profissão de RP não é regulamentada e, antigamente, tínhamos de cursar antes jornalismo para depois fazer RP. Hoje, há um curso inteiramente voltado para as necessidades dos alunos de relações públicas e eles não pretendem fazer jornalismo. Por outro lado, muitos alunos de jornalismo pensam em migrar para RP.

experiência de quem organizou o projeto da Universidade Corporativa do Bank-Boston.

Além da parceria com a Syracuse University, o curso contou com o apoio da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) e do Conresp – 2ª Região. “Entendemos que o curso trará benefícios para os profissionais pelo alto nível do conteúdo programático. Esta pode ser uma abertura para outras iniciativas internacionais no nosso setor”, afirma Esnel José Fagundes, presidente da ABRP – Diretório Nacional.

Pela receptividade do público, a ABERJE promoverá outro curso internacional no próximo ano. Após o primeiro módulo, a iniciativa prosseguiu com o tema “Conquistando o comprometimento dos funcionários”, com Gary Grates, presidente e diretor global da Edelman Change, nos dias 25, 26 e 27 de maio.

Na seqüência, foi a vez de Terry Flynn, professor da McMaster University, do Canadá, que enfocou Branding e Gestão da Reputação Corporativa, de 22 a 24 de junho. A professora da Syracuse University Jean Vicent, presidente da Vicent McCabe, fará o módulo 4 do curso, com o tema Ministrando e Avaliando Estratégias de Comunicação Empresarial, de 31 de agosto a 2 de setembro.

O curso será encerrado por William Smullen III, ex-chefe de pessoal do Secretário de Estado Colin Powell e professor da Universidade de Syracuse. Ele vai revelar sua experiência com Comunicação em Tempos de Crise e ensinar como desenvolver um “Crisis Response Plan”, de 5 a 7 de outubro. No final, os participantes do curso vão receber certificação em “International Corporate Communications”, fornecido pela Syracuse University, uma das mais destacadas do mundo no ensino da comunicação organizacional. Com um detalhe: sem sair do Brasil. ■