

# IABC celebra 35 anos durante conferência internacional

*Comunicação política e governamental, blogs corporativos e adequação dos meios às mensagens foram principais temas do evento.*

Mateus Furlanetto\*

Cerca de 1,2 mil profissionais de comunicação organizacional provenientes de 30 países participaram da conferência internacional da International Association of Business Communicators (IABC), que comemorou seu 35o aniversário durante o evento realizado em Washington, DC (Estados Unidos), entre os dias 26 e 29 de junho. As sessões plenárias, *think tanks*, *workshops* interativos e seminários contaram com aproximadamente 100 palestrantes.


Pelo fato da conferência ter sido realizada em Washington, duas das sessões plenárias foram dedicadas à comunicação nas esferas política e governamental. A sessão de abertura contou com a participação do casal de estrategistas políticos James Carville e Mary Matalin. Carville é assessor e consultor de campanhas políticas e em sua lista de clientes figura o ex-presidente brasileiro Fernando Henrique Cardoso. Também foi chefe da estratégia de campanha do ex-presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, em 1992. Ele destacou, em sua apresentação, o que define como as três regras básicas da comunicação: simplicidade, relevância e repeti-

ção. Frisou que “deve-se comunicar em uma narrativa, em uma história. A forma como você se comunica é tão importante quanto o quê você comunica”.

## Blogs corporativos

Um tema que vem sendo discutido com maior frequência é o do blog corporativo como ferramenta da comunicação organizacional. Bill Betts, gerente de serviços de web da General Motors (GM), compartilhou sua experiência com o blog do vice-chairman da GM Bob Lutz (<http://fastlane.gmblogs.com>), que oferece maior interatividade, pois permite comentários dos leitores. “O único filtro dos comentários postados se dá quando são utilizadas linguagens inapropriadas, mas nunca no conteúdo”, afirmou. O blog possui uma média diária de 7,5 mil visitas, oriundas de 45 países. Ele explicou que a GM utiliza a web para informar seus diversos públicos. É uma comunicação sem custo ou com um custo muito baixo e que requer uma atualização constante para atrair os leitores. Dentre as empresas que estão fazendo uso desta nova ferramenta,

além da própria GM, estão Sun Microsystems, Microsoft, Yahoo e também Richard Edelman, presidente da Edelman Public Relations ([www.edelman.com/speak\\_up/blog](http://www.edelman.com/speak_up/blog)).

O T.J. Larkin falou sobre os atributos dos veículos impressos, intranet e comunicação face a face. Com base em vários estudos, demonstrou quais os meios de comunicação mais apropriados para os diferentes tipos de mensagens que se deseja comunicar e quais recursos aumentam ou diminuem o grau de compreensão. A web é um veículo ideal para mensagens curtas, por exemplo. O meio impresso torna-se mais adequado para mensagens longas, complicadas e para novas idéias. Já a comunicação face a face é muito eficiente para superar as resistências dos empregados. A ABERJE convidou T.J. Larkin para proferir esta palestra em sua conferência internacional, que será realizada em 21 de outubro, em São Paulo. Mais informações no [www.aberje.com.br](http://www.aberje.com.br). 

(\*) Mateus Furlanetto, gerente de RP da ABERJE e editor regional para América Latina da revista Communication World, da IABC, foi enviado especialmente para cobrir a conferência.



Furlanetto: IABC reuniu profissionais de 30 países.

FOTO: ISMAR ALMEIDA