

Observatório de Comunicação Interna dá exemplos de casos de sucesso na primeira pessoa

EMPRESAS DEBATEM COMUNICAÇÃO INTERNA EM MOMENTOS DE TENSÃO ORGANIZACIONAL

A cidade do Porto foi palco do segundo *Get Together* (Fórum de Comunicação Interna), promovido pelo **Observatório de Comunicação Interna e Identidade Corporativa**, fundado pelo Grupo Inforpress, em parceria com a Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica e a revista *Executive Digest*. O encontro teve como mote “**A comunicação interna em momentos de tensão organizacional**”, e contou com vários responsáveis e especialistas em comunicação interna e recursos humanos.

“*Nos momentos de tensão, nunca devemos esquecer o público interno. Apatia e silêncio são duas posturas a evitar pela Administração. Como estas situações são previsíveis, a comunicação interna deve ser tratada e preparada com antecedência, englobando a estratégia de negócio. Só assim conseguimos colaboradores informados e em sintonia com as decisões da empresa*”, afirma Ana Margarida Ximenes, Country Manager do Grupo Inforpress.

José Seruya, Coordenador da Escola Pós-Graduação e formação avançada, da Faculdade de Ciências Humanas, da Universidade Católica, realçou a necessidade de “*pensar a comunicação para além de saber fazer*”. O Professor defende que “*não podemos ser redutores na nossa visão de comunicação interna*” e dá como solução “*recriar a função da comunicação*”.

Tendo como ponto de base a experiência verificada na EDP, Margarida Glória, da Direcção de Marca e Comunicação da EDP, classificou a “*transparência da comunicação*” como o factor chave para criar um ambiente de confiança entre os colaboradores. “*A transparência da comunicação faz com que as pessoas se sintam abertas para a discussão permitindo que, em situações de tensão, estejam organizadas e esclarecidas do que deve ser feito*”, explicou Margarida Glória. “*Em momentos de crise o mais importante é falar sempre a verdade e não deixar sair para fora notícias que não tenham sido dadas internamente*”, acrescenta. José Figueiredo, Internal Communication Iberian Manager da BP, reforçou ainda a “*importância da intervenção das chefias intermédias nos momentos de tensão, falando sempre no momento certo e com as mensagens adequadas*”.

Para Gonçalo Granado, Director de Comunicação da Nestlé, “*a celebração dos sucessos*” é outro ponto crucial para uma boa comunicação interna. “*A importância do envolvimento e da celebração dos sucessos é algo que auto-motiva e permite ter maior interacção com os colaboradores nos momentos de tensão*”, explicou Gonçalo.



Glanado: *“As situações de crise não são comuns, no entanto, é nestas alturas que é preponderante que haja uma cultura de transparência que culmine com uma maior aproximação entre as pessoas”*, acrescenta.

Vera Norte, *Communication Director do Cluster South Europe Leader Communication* da Tetra Pak, salientou a confiança como algo crucial para o êxito da Comunicação Interna. *“A confiança é algo muito frágil que se conquista e se transforma em algo forte quando há consistência nas mensagens. A confiança tem que ser alimentada, senão criam-se silêncios, que são perigosos, porque o vazio tende a ser preenchido com rumores ou boatos”*, explicou.

Isabel Couceiro, responsável de Comunicação Interna da Lactogal, apresentou o caso prático Eficiência Comunicação que pretende reunir os colaboradores em torno de políticas de controlo e redução de custos. O case-study consiste na criação de um “alfabeto da poupança”, com 23 apelos à mudança, sendo atribuído a cada letra um propósito de incutir comportamentos que se aplicam a cada um dos colaboradores, dentro e fora da empresa.

António Carlos Almeida, da Chamartin, encaminhou a intervenção no sentido de mostrar que *“a comunicação interna não está centralizada mas sim dispersa pelas áreas da empresa”*. O responsável referiu ainda a importância que representa o *“olha nos olhos”* para trabalhar a confiança *“tão necessária em momentos de tensão”*.

O **Observatório de Comunicação Interna e Identidade Corporativa** tem como objectivo a investigação, criação e divulgação de conhecimento sobre as áreas de comunicação interna e cultura corporativa das empresas. Do Conselho Directivo fazem parte o Grupo Inforpress, a Escola de Pós-Graduação e Formação Avançada e Centro de Estudos de Comunicação e Cultura da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa e a revista Executive Digest. O Conselho Assessor é aberto a todas as empresas com preocupação na área da Comunicação Interna, contanto actualmente com empresas como a BP, EDP, Nestlé ou Tetra Pak.

Para mais informações:

Grupo Inforpress | 21 324 0227 | 96 346 1295

Ana Marreiros amarreiros@inforpress.com

www.observatoriocomunicacaointerna.pt

AVISO

Informamos que os dados que constam desta comunicação fazem parte de um arquivo da propriedade do GABINETE DE PRENSA INFORPRESS, S.L. com o objectivo de gerir o nosso negócio e de informar dos nossos serviços. Se desejar exercer os direitos de acesso, rectificação, cancelamento e oposição pode dirigir-se por escrito para a seguinte morada: GRUPO INFORPRESS, Avenida da Liberdade, 157 – 1º, 1250-141 Lisboa.



