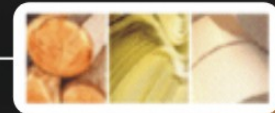




Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

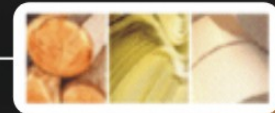
Comunicação na “Era da Sustentabilidade”

Patrícia Capó, comunicadora e jornalista, editora-chefe da Revista O Papel – Madeira 2008



Comunicação e Gestão Sustentáveis

- 1) Processo da Comunicação
- 2) Desenvolvimento Sustentável
- 3) Comunicação e Sustentabilidade
- 4) Desafios da Comunicação Sustentável
- 5) Reflexões e Conclusões



1) Processo da Comunicação

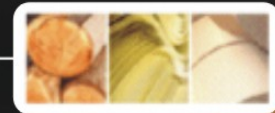
- Emissor
- Receptor
- Mensagem
- Código (linguagem)/decodificação
- Gera uma resposta/feedback



1) Processo da Comunicação

Meta de eficácia da comunicação: 70%

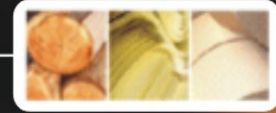
- 50% do sucesso das comunicações estão na forma (meio) e no timing com que você distribui as informações
- Planejamento estratégico
- Postura interativa
- Transparência
- Interação entre emissor e receptor
- Foco
- Clima favorável
- Sinergia e confiança
- Comprometimento e mobilização



1) Processo da Comunicação

Objetivos

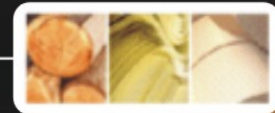
- Ser processo estratégico da gestão sustentável
- Aproximar comunidade da empresa
- Identificar objetivos em comum
- Gerar respostas positivas às ações corporativas
- Mudar comportamentos (transformar)
- Integrar processos



1) Processo da Comunicação

Comunicar com base na sustentabilidade

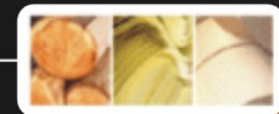
- Valoriza a imagem institucional e a marca
- Gera lealdade e fidelidade do consumidor
- Torna opinião pública favorável
- Reduz os efeitos negativos à imagem da empresa em situações de crise



1) Processo da Comunicação

Planejamento estratégico de comunicação

- Nível 1 (Absorção) – A pergunta na comunicação, para selecionar as informações a serem comunicadas, é: O quê? Quando e onde?
- Nível 2 (Entende) – A pergunta é: Por quê?
- Nível 3 (Aceita) – A pergunta é: O que eu ganho com isso?
- Nível 4 (Reage) – A pergunta é: Como? Explico, para reforçar pontos positivos das ações corporativas.
- Nível 5 (Mobiliza) – A pergunta é: Quem? Um líder de credibilidade manifesta sua adesão às práticas da empresa e replica isto no grupo, levando outras pessoas a demonstrar atitudes positivas, transformando comportamentos.



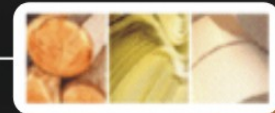
2) Desenvolvimento Sustentável

Pirâmide da Sustentabilidade

Desempenho social

Desempenho ambiental

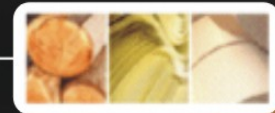
Desempenho econômico



2) Desenvolvimento Sustentável

Organizações sustentáveis:

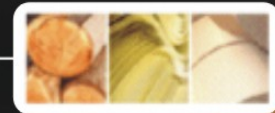
- 1º Líderes em sustentabilidade
- 2º Esforçadas em sustentabilidade
- 3º Indiferentes para a sustentabilidade
- 4º Cínicas em sustentabilidade (*muito discurso e pouca prática*)



3) Comunicação e Sustentabilidade

Princípios

- Quando a sustentabilidade não vem da Diretoria, a comunicação torna-se discurso vazio, é vista como custo, perda de tempo e energia.
- Linguagem deve ser objetiva, fácil de entender.
- A comunicação é eminentemente educativa e informativa.
- Comunicar com responsabilidade e qualidade! Não comunicar em sustentabilidade é melhor do que comunicar mal ou mentir – dizer que faz e não faz!



3) Comunicação e Sustentabilidade

Relacionamento com a comunidade

- Empresa trabalha em função dela, vê pessoas como cidadãos
- Interesses compartilhados entre a comunidade e organização
- Foco na real melhoria da qualidade de vida da comunidade
- Planejamento da comunicação baseado nas interferências da empresa na vida da comunidade



4) Desafios da Comunicação Sustentável

- **Entender e Lidar com “O Ser Sustentável”**

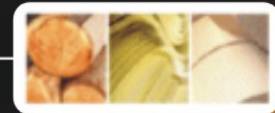
“Pela primeira vez na trajetória da humanidade estamos sendo desafiados a nos entender como humanidade. Os desafios econômicos, as questões ambientais, a miséria humana, os desafios sociais e geopolíticos tomaram tamanha dimensão que hoje dependem de providências inéditas, sem nenhum referencial anterior. Em nenhum outro momento da nossa história, os seres humanos foram desafiados a assumir responsabilidades coletivas como humanidade.”

(Do artigo “O Ser Sustentável - Regina Migliori)



4) Desafios da Comunicação Sustentável

- Crescimento das comunidades virtuais, que são cada vez mais reais!
- Lidar com a complexidade
- Gerar a complementariedade, integração entre os grupos ou pessoas (*“É a força da diversidade que faz cada ser humano buscar seu próprio caminho de desenvolvimento. Somos responsáveis pelos sonhos que sonhamos, pelos que desistimos e por aqueles que levamos em frente. Se algo muda em nós, tudo à nossa volta muda também.”*
Do artigo “O Ser Sustentável”, de Regina Migliori)



4) Desafios da comunicação sustentável

- Motivar os colaboradores, para alinhar suas ações às estratégias do negócio
- Liderança e gerenciamento da comunicação educativa
- Gerenciar excesso de informações
- Mensurar o retorno sobre o investimento da comunicação interna



5) Conclusões e Reflexões

- “Daqui há 10 anos a sustentabilidade não será mais opção. Esta é a Era da Sustentabilidade, portanto, investir é válido, independente dos por quês.” *(Angélica Blanco, Management Rating)*

Questão a ser respondida

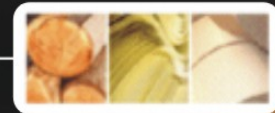
A gestão sustentável sobreviverá à crise econômica mundial?



5) Conclusões e Reflexões

“Uma organização, de qualquer espécie, só é possível, por meio da comunicação. É exatamente a comunicação entre os elementos que faz do seu conjunto uma organização e não elementos à parte, isolados e desorganizados.”

(David Berlo, comunicador)



5) Conclusões e Reflexões

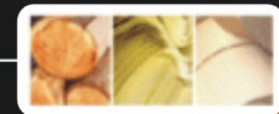
- É preciso construir uma organização, que faça sentido às pessoas; que seja integrada, tenha desempenho e diálogo, a partir de ações significativas.

"A organização, que conseguir chegar a esses resultados, será menos máquina e mais sentimento, menos estrutura e mais ambiente, menos burocracia e mais processo."

(Analisa de Medeiros Brum, autora de artigos sobre endomarketing)



Comunicação na Era da Sustentabilidade



**AGRADEÇO A TODOS OS PARTICIPANTES
DESTÊ PAINEL!**

Patrícia Capo*

Contatos: patriciacapo@abtcp.org.br

Tel. (11) 3874-2725

*Jornalista, autora de série de fábulas sobre Liderança Empresarial, editora-chefe da Revista O Papel e de Publicações também coordenadora de Comunicação Corporativa.

**ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel.
www.abtcp.org.br**