

Carta de São Paulo

A ABERJE, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, desde sua fundação em 1967, ao viver os diferentes períodos pelos quais o Brasil atravessou – da transição democrática, à abertura da economia e do mercado, e à inserção do País em redes econômicas e sociais internacionais –, tem o papel de compartilhar uma apurada visão sobre a Comunicação das empresas e instituições. Um campo do conhecimento com características cada vez mais abrangentes e multidisciplinares, que se inter-relaciona com a administração, sociologia, psicologia, história e comunicação.

Por isso, a ABERJE reuniu, em São Paulo, nos dias 4 e 5 de junho, seus Conselhos, Deliberativo e Fiscal, e sua Diretoria. Ao exercitarem o pensamento estratégico sobre a entidade, olharem o mercado e o contexto social, identificaram tendências, que impactam a gestão da Comunicação das organizações.

A natureza essencialmente comunicacional dos ambientes macro e microeconômico;

O fortalecimento político e institucional dos públicos organizacionais: acionistas, imprensa, empregados e famílias, fornecedores, distribuidores, comunidades, clientes, consumidores, autoridades, sindicatos, concorrentes, parceiros, entre outros;

A mudança do perfil do trabalhador, cujas funções são cada vez mais complexas;

A existência de redes de comunicação on-line, à disposição dos públicos;

A necessidade de institucionalização das organizações;

A exigência cada vez maior da sociedade em relação às responsabilidades - histórica, social, comercial, ambiental e cultural -, das organizações;

A procura por profissionais de comunicação, que entendam as novas demandas sociais e corporativas.

Essa visão, abrangente e multidisciplinar, exige, ainda, dos gestores da Comunicação: formação, compreensão da lógica dos relacionamentos públicos, alinhamento com o planejamento estratégico da organização e com processos de marketing, recursos humanos, finanças, vendas, manufatura, logística, entre outros.

A ABERJE avança em seu papel fundamental - legitimado por sua história -, de apontar caminhos em Comunicação Organizacional, de maneira a contribuir para a construção e o aprimoramento das relações entre empresas, instituições e sociedade, e produzir resultados para o gestor nesse novo ambiente. Assim, os Conselhos e a Diretoria da ABERJE propõem ao conjunto de seus associados, e à comunidade da comunicação organizacional, a discussão de premissas de seu planejamento estratégico, que passam por:

1. Sua Visão revista:

Ser a referência em conhecimento e práticas de gestão estratégica em Comunicação Organizacional.

2. A implementação dos Eixos Estratégicos da Entidade:

Gestão da Governança Corporativa

Gestão de Desenvolvimento

Gestão do Conhecimento e Inovação

Gestão da Informação e de Novas Tecnologias

Gestão do Posicionamento Institucional

Gestão de Internacionalização

Gestão da Comunicação

3. Em 13 e 14 de agosto, em Ouro Preto, Minas Gerais, promoverá a reflexão para o aprofundamento de sua Visão, Missão e fará a revisão também dos seus Valores. As conclusões serão oportunamente divulgadas. Com isso, a ABERJE antecipa-se como entidade que lidera, democraticamente, a discussão sobre a atividade.

São Paulo 5 de julho de 2004

Assinam:

Pelo Conselho Deliberativo

Presidente

Rodolfo Witzig Guttilla

Vice-Presidente

Renato Gasparetto Júnior

Conselheiros

Carlos Alberto Barretto de Carvalho

Eraldo Carneiro da Silva

Gilberto Galan

Jean-François Hue

Luiz Fernando Brandão

Newton Galvão

Pelo Conselho Fiscal

José Eduardo Gonçalves

Maria Alice Paoliello Lindenberg

Rosângela Santos Coelho

Pela Diretoria

Paulo Nassar Presidente Executivo

Pelos Capítulos Regionais

Augusto Luis Rodrigues, Campinas

Carminha Corrêa, Espírito Santo

Eloi Zanetti, Paraná

José Eustáquio Oliveira de Souza, Minas Gerais