



O diretor de comunicação: um estratega da informação

Apesar da sua importância, um diretor de comunicação ou "DirCom" não tem como objetivo fundamental comunicar, ou pelo menos não é esse o seu objetivo último. Na realidade, trata-se de uma figura cujo objetivo principal é encontrar a melhor estratégia para uma comunicação bem sucedida; por isso, embora seja verdade que a ação de informar está presente no seu trabalho, ele só actua como comunicador propriamente dito quando aparece em nome da empresa ou instituição para a qual trabalha, uma vez que outra das suas funções é ser porta-voz da entidade.

Jan Smuts, primeiro-ministro da África do Sul, costumava dizer que "o todo é mais do que a soma das partes", naquilo que definia como "holismo", conceito que hoje transcendeu as teorias de redes ou de sistemas, na medida em que já defendia que o universo tende a formar unidades de crescente complicação. Neste sentido, podemos estender este termo ao funcionamento de uma empresa, uma vez que é uma totalidade em si mesma, e não uma soma de partes, na qual o diretor de comunicação entraria como um generalista num contexto de super-especialistas, mas que, ao mesmo tempo, complementa o resto dos componentes da empresa.

Por outro lado, o diretor de comunicação pode ser considerado uma pessoa polivalente, na medida em que não só trabalha na estratégia de ação, mas também estuda e define a política de comunicação, o modelo de imagem, trabalha diretamente com o Presidente e o Conselho de Administração e é membro do pessoal de estratégia e governação empresarial, da responsabilidade social e do gabinete de crise. É também corresponsável, juntamente com o Diretor de Recursos Humanos, pela Cultura Organizacional e pela Comunicação Interna, actuando também como consultor ocasional para os outros departamentos da empresa.

Atualmente, a maior parte das grandes empresas espanholas dispõe de um DirCom, uma vez que, como acabámos de ver, esta faceta tem uma relevância pouco habitual dentro de uma empresa ou corporação. Hoje em dia, 70% das entidades espanholas têm uma pessoa encarregada de dirigir, planificar e gerir a comunicação, já que disso depende muitas vezes a valorização e a reputação da empresa, razão pela qual a figura do DirCom é tão necessária. Até há pouco tempo, o DirCom era considerado como mais um membro do gabinete de imprensa interno, um membro que se dedicava principalmente a emitir mensagens persuasivas ou a antecipá-las e depois a atuar sobre elas. Hoje em dia, porém, o seu trabalho alargou-se e os directores de comunicação são geralmente jornalistas ou licenciados em economia ou direito, mas também devem ter conhecimentos de comunicação empresarial.

Em suma, a principal função de um diretor de comunicação é definir e especificar a política de comunicação de uma entidade, quer se trate de uma organização pública ou privada. O seu trabalho é da maior responsabilidade porque dele depende parte do sucesso da instituição, uma vez que a comunicação desempenha um papel importante na consecução dos seus objectivos.