

O desafio de desenvolver competência para avaliar resultados em comunicação organizacional

Ana Maria Dantas de Maio

Resumo

A avaliação de resultados em comunicação organizacional representa um desafio para os profissionais da área. Embora os estudos científicos sobre o tema avancem ano a ano, a escolha das metodologias para análise ainda aparece como a principal dificuldade apontada pelos comunicadores. O desenvolvimento da competência para se avaliar resultados passa, necessariamente, pelo aprendizado teórico e prático. Este texto traz algumas análises feitas pela equipe de comunicação organizacional da Embrapa Pantanal e conclui que, apesar das dificuldades e barreiras que se impõem a essa prática, ela precisa ser incorporada à rotina das empresas e compartilhada com os pares para que comunicação se profissionalize.

Palavras-chave:

Comunicação Organizacional; Avaliação, Metodologias; Competência.

É da relações públicas Suzel Figueiredo (2005, p. 200) a frase que inspirou este texto: “O momento parece ser de aprendizado, já que não é possível desenvolver uma competência evitando o processo

doloroso da tentativa e erro”. Ela se referia à escolha de metodologias de avaliação de resultados em comunicação organizacional.

A avaliação de resultados é uma das etapas do planejamento em comunicação organizacional. Por ser a última, é também aquela que retroalimenta todo o processo. Ao se avaliar uma ação, um projeto, um programa ou um plano de comunicação os profissionais terão consciência do que é efetivo e do que deve ser evitado. Qualquer outra forma de se comprovar ou não a eficácia, eficiência e efetividade é intuitiva.

O grande desafio que se coloca aos comunicadores é a escolha das metodologias que devem ser aplicadas na etapa de avaliação. Como veremos adiante, algumas barreiras limitam as avaliações, como os altos custos ou mesmo o desconhecimento dos métodos mais adequados. Apenas a capacitação dos comunicadores – o processo de aprendizado que vivenciamos– será capaz de profissionalizar a comunicação nas organizações.

Autonomia para tentar

Diagnósticos e monitoramentos têm sido experimentados pela Embrapa Pantanal, uma das 47 unidades da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, instalada em Corumbá (MS). A Embrapa é uma empresa pública brasileira, com quase 10 mil funcionários espalhados por quase todos os Estados da federação e alguns outros países. Possui uma estrutura de comunicação respeitável, com cerca de 200 profissionais atuando nos Núcleos de Comunicação Organizacional e na Secom – Secretaria de Comunicação–, com sede em Brasília (DF). A empresa já incorporou à sua rotina as pesquisas que medem o clima organizacional, desenvolvidas pelo Departamento de Gestão de Pessoas e pela Comunicação. Ocasionalmente, a Embrapa mede outros bens intangíveis, como sua imagem e a cultura organizacional. A equipe de comunicação da Embrapa Pantanal vem publicando suas experiências com pesquisas e avaliações desde 2009 em revistas científicas de comunicação, na Série Embrapa e em anais de congressos e simpósios.

