

# Como se comunica nas empresas? A chave é a autenticidade

Elisabete Felismino  
23 Março 2018



O debate à volta da comunicação e da liderança nas empresas esteve animado. Entre esquizofrenia, romantismo e a vontade de vencer, sobrou a autenticidade e o exemplo como fulcrais na comunicação.

O encerramento da 12ª edição do QSP Summit fez jus ao mundo dos *marketeers* e da comunicação. Num painel onde o tema principal era a liderança e a comunicação, a ideia transmitida pelos quatro oradores — Ângelo Paupério, João Vieira de Almeida, Rui Massena e Miguel Pina Martins — foi consensual. O exemplo e a autenticidade são cruciais nas organizações e na forma como estas comunicam.

Retalho da Sonae na bolsa?  
“Há interesse dos investidores”

 [Ler Mais](#)

Ângelo Paupério, co-CEO da Sonae, diz que a principal forma de comunicar é “**pelo exemplo**”. “Não se pode esperar que uma empresa tenha uma prática frugal se os líderes não o fizerem. Não se pode esperar que as pessoas apostem na formação se os líderes não o fizerem, e não se pode exigir pontualidade se os

líderes chegam constantemente atrasados”, afirmou o co-líder da Sonae. A consistência e o não deixar mensagens contraditórias foram outras das mensagens deixadas por Ângelo Paupério.

“Se tivermos uma organização em que as pessoas vivem com naturalidade e de forma consistente os valores da empresa, a comunicação torna-se muito fácil”, sublinhou o responsável no encerramento do QSP Summit.

Uma visão partilhada por João Vieira de Almeida, *managing partner* da Vieira de Almeida & Associados, para quem as sociedades de advogados são uma espécie de cooperativas. Diz que os escritórios de advogados são “**espaços esquizofrênicos**”. E dá o exemplo da empresa que gere: “somos 450 pessoas, 300 das quais advogados em que 40 são sócios, todos com egos enormes. Vendem serviços, são gestores e são os donos do negócio, o que torna a comunicação mais difícil”. Para Vieira de Almeida, a cultura da casa que ostenta o nome do pai, divide-se em três coisas: ouvir, transmitir a mensagem e viver essa mensagem.

**MLGTS, VdA e PLMJ lideram ranking da Chambers and Partners**

 [Ler Mais](#)

Para o líder da Science4you, a transparência, a par do exemplo, e a comunicação (partilhar a informação, para todos saberem tudo) são fundamentais nos tempos que correm. “O exemplo é o eixo fundamental, caso contrário não há liderança”, conta.

Mas será esta visão extensível ao mundo das artes? O maestro Rui Massena acha que sim. E põe a tónica do discurso no romantismo. Um romantismo que explica “com a vontade de fazer coisas”. “As coisas têm que vir de dentro para fora, ou estou mobilizado ou não estou”, refere Massena. “Se a minha função como líder for comunicar o todo, então a verdadeira liderança acho que se instala”, remata.

Ainda sobre o conceito de quem gere a comunicação, Vieira de Almeida é realista. “Gosto de acreditar que **a comunicação é gerida por mim, mas isso é uma ilusão hoje em dia. No nosso caso, em que, volto a frisar, somos 40 sócios, isto exige permanentemente um esforço de motivação. E comunica-se tanto como se ouve**”.

E será esta cultura de empresa facilmente extensível aos parceiros de negócios? Paupério não tem dúvidas que a melhor maneira de influenciar os valores das empresas parceiras é através dos “nossos gestores que estão nessas atividades, são eles a linha da frente dos nossos valores. A nossa influência de gestão é valorizada e reconhecida e encontra um caminho fértil para crescer”.