

COLUNAS



Paulo Nassar
diretoria@aberje.com.br

Diretor-Presidente da Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Professor livre-docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pós-doutor pela Libera Università di Lingue e Comunicazione, Milão, Itália. Integra o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). É Coordenador do Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN ECA-USP). Autor de inúmeras obras no campo da Comunicação.

Aberje, a alma mater da Comunicação Organizacional brasileira

Publicado em 7/10/2014

Este artigo é dedicado a Nilo Luchetti, Luiz Gonzaga Bertelli, Elisa Vannuccini, Amauri Beleza Marchese, Miguel Jorge, Antonio Alberto Prado, Ruy Martins Altenfelder, Rodolfo Witzig Guttilla, Eraldo Carneiro, presidentes da Aberje, desde 1967.

Há 47 anos, os fundadores da Aberje, tendo o pioneiro Nilo Luchetti à frente, discutiam a gramatura do papel e a edição de jornais empresariais. Hoje, a entidade tem como seu *ethos* posicionar a comunicação de empresas e instituições diante das questões, dos fatos e das controvérsias de um mundo onde o diálogo é o que promove e fortalece a humanização, o progresso social e a democracia, evita, minimiza e resolve conflitos, além de estimular a produtividade, a boa competitividade e a inovação. E dentro desse ambiente, a Aberje tem no seu extenso currículo a formação de milhares de comunicadores, premiações de grande prestígio e se internacionaliza, a cada dia, por meio de sucessivos *Brazilian Corporate Communications Days*, eventos realizados em praticamente todas as grandes cidades do mundo, com o objetivo de inserir, destacar e dignificar no ambiente internacional a narrativa corporativa brasileira.

Naquele distante ano de 1967, mais exatamente em 8 de outubro, 47 organizações assinaram a ata de criação da Aberje, então batizada com o nome de Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresa. Era uma época de regime político fechado, mas em que a economia começa a se expandir, a industrialização se consolidava e a profissão de comunicador ensaiava seus primeiros passos. Como uma missão institucional, a qualificação da narrativa voltada para os jornais de empresa começou a se esboçar ainda em 1967, em especial nas empresas internacionais, inspirada por comunicadores responsáveis pela divulgação de informações.

Estava em harmonia com a determinação da conquista de novos mercados. E se projetava para o futuro. Em um ambiente político de restrição de notícias, valorizava o jornalismo econômico, que viria a ser um respiradouro essencial da liberdade de expressão. O tempo passou. O número de associados se multiplicou, alcançando patamar superior a mil organizações, ao mesmo tempo em que a jovem entidade, e década após década, procurou ler o tempo e compreendê-lo.

Assim, transitou da elaboração dos jornais internos para o diálogo com as empresas, dando forma a cursos de profissionalização, seminários, encontros nacionais e, em 1979, oficializa o *Prêmio Aberje* que logo se consagrou como o principal da comunicação organizacional brasileira. Nos anos 80, ainda predominou a ênfase profissional, mas, com a globalização dos anos 1990 e o próprio vislumbre da democratização do País, as relações da comunicação empresarial com o ambiente histórico foram naturais e imediatas.

A leitura do tempo aprimorou-se. Viveu-se as mudanças com a mesma intensidade com que a mecha da lamparina absorve o óleo para dar luz à chama. As demandas por formação de qualidade e em larga escala fizeram com que a Aberje, na década seguinte, solidificasse vínculos com as universidades. Mestres e doutores passaram a frequentar seus cursos e debates, o que influenciou a criação das primeiras disciplinas voltadas para a comunicação corporativa nos currículos acadêmicos brasileiros.

No coração do processo, estava a educação continuada em todas as frentes. Com a profissão de comunicador em plena expansão, tornando-se cadeira obrigatória nas universidades, ao lado dos cursos de jornalismo, a Aberje e seus associados, tornavam-se referência no campo da educação em comunicação de empresas e instituições.

Como consequência, a comunicação tornou-se respeitada e imprescindível às organizações, privadas ou públicas. Além dos caminhos da comunicação, que ampliariam horizontes com a internet e as mídias sociais, a ética e a realidade das organizações e do País passaram a integrar as temáticas cotidianas. Ao saber jornalístico e de relações públicas somou-se a metodologia científica.

Caminhou-se rapidamente para a governança corporativa, a edição de livros e parcerias como a celebrada com a Syracuse University, de Nova York, com a realização

Apoio:



do *Curso Internacional em Comunicação Empresarial*, atualmente em sua nona versão. No documento *Aberje 40 anos*, a missão estava claramente definida: posicionar a comunicação organizacional frente ao seu tempo e discutir o papel do comunicador hoje e amanhã, a partir dos campos contemporâneos do conhecimento.

Foi o que aconteceu. A vontade de acompanhar o tempo materializou-se também em iniciativas como o Centro de Referência e Memória (CMR); a Aberje Editorial, com 38 livros editados; a Aberje Audiovisual, com mais de 700 vídeos em seu canal no YouTube; bem como uma publicação voltada para temas teóricos, a MSG, que vem se somar à segunda mídia especializada mais lida na área, a revista *Comunicação Empresarial*, atualmente em sua 92ª edição e à primeira publicação global sobre a comunicação empresarial brasileira, *BR.PR magazine*; o Portal Aberje, pioneiro latino-americano sobre o tema; e as discussões em torno das relações governamentais. É de se notar que o planejamento se sofisticou e que a representação da Aberje se expandiu por diferentes estados, empenhando-se em universalizar suas raízes entre os comunicadores.

Nada aconteceu sem a participação dos associados. A regra da presença do comunicador tem sido a condição essencial para que os sonhos aberjeanos se realizem. Diferentes organizações, diferentes formas de ver os negócios e o País e o mundo se unem numa mesma identidade construtiva para a unidade na diversidade. Privilegia-se a liberdade e o conflito como motor natural da democracia. Esse, o suporte maior para as mudanças e para a derrubada de barreiras impostas pelas incertezas próprias do devir.

Passadas quase cinco décadas, a profissão de comunicador tornou-se estratégica para antecipar impasses, desvendar tendências, lastrear valores da ética, da pluralidade dos saberes e, acima de tudo, do humanismo. Esse trabalho, aperfeiçoado na prática, é alicerçado por pesquisas, relacionamentos e, vale lembrar, pelo exercício permanente do princípio de compreensão da inescapável juventude dos tempos, começo e fim da contemporaneidade das narrativas.