

Participação da Supera Comunicação na Galeria dos Cases Campeões – Prêmio Jatobá no Jornalistas&Cia

04/Set/2019

Fonte
Jornalistas & Cia
Edição 1221

Troféu Jatobá PR



Galeria dos Cases Campeões – 10

- Case: Discurso e prática alinhados em uma das melhores empresas da América Latina: Diagnóstico de Comunicação Interna e Cultura Organizacional para a Special Dog
- Categoria – Pesquisa
- Segmento – Agência-Butique
- Agência: Supera Comunicação
- Cliente: Special Dog

Apoio



■ **Jornalistas&Cia** dá sequência à série *Galeria dos Cases Campeões*, em que mostra, a cada edição, os *cases* campeões de

2018 do *Prêmio Jatobá PR*.

► Esta edição traz o *case Discurso e prática alinhados em uma das melhores empresas da*

América Latina: Diagnóstico de Comunicação Interna e Cultura Organizacional para a Special Dog, da Supera Comunicação,

no depoimento do seu diretor de Estratégia e Novos Negócios **José Luis Ovando**.

Semiótica permite enxergar pontos que poderiam passar despercebidos

Toda aplicação de um Diagnóstico de Comunicação Interna e Cultura Organizacional nos ensina muitas lições e, por isso, torna-se especial. No caso da Special Dog, tínhamos uma empresa já bem avaliada internamente, mas que desejava ir além, buscando voos mais altos. Essa atitude não é vista com muita frequência e, com certeza, representou um “tempero” a mais no serviço, sendo um dos fatores que nos fizeram inscrever o case na premiação.

Localizada em Santa Cruz do Rio Pardo, interior do Estado de São Paulo, a Special Dog entrou pela primeira vez no *ranking*

nacional do Great Place To Work (GPTW) em 2014. Porém, foi em 2017 que a companhia ocupou uma posição privilegiada na lista: segundo lugar na categoria Mídias Nacionais. O entusiasmo pelo reconhecimento fez com que a empresa se perguntasse o que era necessário melhorar a fim de conquistar a primeira colocação.

Para ajudar nesse sentido, ou-

vimos empregados de todos os níveis hierárquicos por meio de três modalidades de pesquisa, sempre utilizando a nossa metodologia exclusiva, e coletamos o que eles viam e achavam da Special Dog. Além de avaliar os canais e compreender como a cultura da empresa se manifesta, aplicamos uma análise semiótica, feita em parceria com a semiotista Mariane Cara, com um olhar

voltado às imagens e ao ambiente de trabalho da empresa.

Classifico como ponto alto exatamente a aplicação da semiótica. É uma frente pioneira que criamos e tem contribuído muito para os diagnósticos que realizamos em todo o Brasil. Por meio dela, enxergamos pontos que poderiam passar despercebidos, ampliando ainda mais as nossas análises e, conseqüentemente, o resultado repassado ao cliente.

Após todas as aplicações e análises, os resultados do diagnóstico foram compilados em um relatório e deram origem a um planejamento de comunicação interna para a Special Dog. A



proposta partiu da definição de mensagens-chave, embasadas no negócio e nos objetivos estratégicos e de comunicação, e sugeriu o redesenho dos canais internos, além de outras ações.

No início do ano passado, expandimos a parceria com a Special Dog, passando a atuar como a agência de comunicação interna oficial da empresa. Até meados deste ano, quando o contrato se encerrou, as iniciativas propostas no planejamento foram aplicadas em fases. Em agosto de 2018, a empresa subiu uma posição em relação a 2017 e

chegou ao topo da sua categoria no GPTW. Além disso, em maio do ano passado, a companhia conquistou a 13ª colocação na lista das melhores empresas da América Latina.

A pesquisa tem um valor especial para nós. Sempre, em qualquer situação, defendemos uma atuação estratégica, fugindo da rotina, do “fazer porque tem que fazer”, pois acreditamos que esse é o caminho para uma comunicação que faça sentido e gere engajamento. Porém, até alcançar esse nível, devemos ouvir o que os empregados têm

a dizer, e o melhor meio de fazer isso é pesquisando. Por tudo isso, o diagnóstico da Special Dog é especial: mais uma vez, ele nos permitiu entender o universo de uma grande empresa e ajudá-la a se aperfeiçoar mais.

Assim como quando vamos a um médico, o Diagnóstico de Comunicação Interna e Cultura Organizacional mostra à companhia os pontos que precisam de atenção. É um passo arriscado, pois podem aparecer coisas que incomodem diversas áreas internas, incluindo a própria Comunicação. Por si só, dar esse passo já

é algo a ser reconhecido; então ganhar o *Troféu Jatobá* foi uma grande conquista para validar ainda mais a importância desse *job*.



José Luis Ovando