

Comunicar

written by Rui Rodrigues | 25 de Outubro, 2025

OCIDADÃO
Journalism & Law

OPINIÃO
Rui Rodrigues



Saber transmitir uma mensagem é, antes de tudo, saber organizar ideias com responsabilidade, construir pontes de entendimento e sustentar confiança. Foi este o legado que Francisco Pinto Balsemão deixou, ao longo de uma vida dedicada à comunicação, ao jornalismo, à democracia e ao empresariado, e trabalhou até aos 88 anos, deixando no nosso país uma marca indelével.

Acompanhei nas notícias o impacto que ele teve. Fundador do semanário Expresso, impulsionador da estação de televisão privada SIC, empresário e primeiro-ministro, sempre com o propósito de abrir os canais da comunicação, de promover o pluralismo, de legitimar o direito à expressão.

Para um empreendedor ou uma empreendedora, há uma simples exigência, porém raramente respeitada. Falar menos e entregar mais valor. Alinhar o discurso com a cultura. Garantir que

toda a equipa compreende, vive e transmite a mensagem.

Há muitas empresas cujo marketing apregoa lindos discursos de “impacto social”, “inovação sustentável” ou de “cultura inclusiva” e, cujo dia-a-dia, radicalmente contradiz essas palavras através de decisões opacas, estruturas autoritárias ou com a ausência de cuidado com os stakeholders internos e externos.

A lição que Francisco Balsemão nos deixa é a seguinte, não basta lançar promessas ao vento. É preciso que a mensagem seja clara e que a prática a valide.

A clareza institucional não é um luxo. É risco evitado.

Quando a comunicação se torna vaga, inconsistente, o silêncio ou o erro tornam-se inevitáveis. As equipas ficam desorientadas, os clientes desconfiados, e o mercado cético. Balsemão soube acompanhar a mudança dos media, da imprensa em papel à televisão aberta, da televisão ao digital e percebeu sempre que o conteúdo tinha de manter integridade, relevância e sentido de Estado.

Uma empresa que ignora este legado está a apostar no acaso, na sorte ou no spin, e essas apostas raramente vencem.

Quero que quem lê isto saiba que a liderança e a comunicação são duas faces da mesma moeda. A transparência de uma fundadora ou fundador, de uma gestão, de uma equipa dirige-se para dentro e para fora. Para dentro, porque cultiva a cultura, a ética, a clareza com a qual se toma decisão. Para fora, porque transmite confiança, credibilidade, consistência. Quando falhamos nestas dimensões expomos a nossa marca ao desgaste, à incredulidade, ao impacto adverso.