

INTRODUCERE

La început a fost cuvântul, ca informație primordială, care a stat la baza comunicării. Istoricul comunicării a evoluat în funcție de mentalitate, de nivelul dezvoltării societății, a tehnicii și tehnologiei. În acest sens există un istoric al comunicării umane care vizează trecutul, prezentul și viitorul acesteia. Comunicarea a parcurs, în timp, diferite etape ale dezvoltării devenind, ulterior, știință. Despre rolul și locul comunicării s-a scris și continuă să se scrie cât timp va dăinui omenirea și necesitățile membrilor ei de a comunica unii cu ceilalți. Comunicarea s-a dezvoltat în timp de la cele mai simple până la cele mai complicate modalități, ca urmare a evoluției omului și a societății în care acesta a trăit. Progresul tehnic și tehnologic a fost unul dintre vectorii principali ai extinderii sferei de cuprindere a comunicării, permițându-i acesteia să se dezvolte ca știință. Comunicarea verbală, scrisă, nonverbală sau prin alte mijloace (exemplu: prin tehnici, metode și procedee extrasenzoriale) s-a făcut în funcție de anumite interese politice, culturale, militare ș.a.

Tipologia formelor de comunicare, care presupune și o etică a comunicării în afaceri, un rol din ce în ce mai important îl are comunicarea nonverbală prin intermediul limbajului nonverbal.

În relațiile interumane se utilizează comunicarea „pozitivă” - responsabilă, de bună credință sau o comunicare „negativă”- folosindu-se tot felul de tertipuri de manipulare și dezinformare.

În prezent, comunicarea ca formă evoluată a relațiilor între oameni și de armonizare a intereselor lor, poate fi dintre cele mai diverse (negocierea, bunele oficii, medierea, ancheta, consilierea ș.a.).

Comunicarea și relațiile publice în afaceri sunt concepte a căror înțelegere necesită o abordare interdisciplinară între necesitățile oamenilor și mediul economic bazat pe cunoaștere.

De exemplu, să ne gândim cum a evoluat **critica** (formă a dezvăluirii greșelilor și lipsurilor din activitatea unei persoane fizice și/sau juridice) de la un sistem închis-totalitar la un sistem deschis-globalizat sau altfel spus, cum a evoluat critica de la „Gazeta de perete” la „Facebook”, și este suficient să realizăm cât de mult a evoluat comunicarea.

*

* *

Structura cursului „*Comunicare și relații publice în afaceri*” abordează aspecte practice ale comunicării de tip instituțional bazat pe **dialogul social**.

Dialogul social este definit cu ajutorul tripartitismului ca sistem de relații între guvern, patronate și sindicate. Edificarea acestui sistem de relații presupune un proces dificil, de lungă durată.

Anul 1997 și începutul anului 1998 consemnează progrese importante în domeniul dialogului social. Instituționalizarea acestuia la nivelul ministerelor și administrațiilor locale, cu toate greutățile inerente începutului, a creat un cadru larg de dezbateră a problemelor economice cu care se confruntă o societate în plină schimbare, în care dialogul sincer și deschis între guvern, patronate și sindicate este nu numai indispensabil, ci și benefic.

Acest cadru, ulterior, va fi completat la începutul anului 1998 cu cea mai importantă tripartită pentru dialog social, Comisia Economică și Socială (CES). Prin crearea acestei instituții, România face un pas important în procesul de aliniere la instituțiile europene. Tripartitismul este un termen care definește relațiile și legăturile generale care există între guvern, patroni și angajați. Patronii și angajații sunt reprezentați de propriile lor organizații în negocierile cu guvernul.

Acest sistem variază de la o țară la alta, depinzând de condițiile politice, economice și tradițiile istorice ale unei anumite națiuni.

În România nu există, încă, o cultură a dialogului real, orientat către oameni și relațiile lor cu mediul politic și cu mediul de afaceri.

Întrucât comunicarea nu este numai un instrument, ci și o stare de spirit, guvernul României a elaborat, în timp, numeroase reglementări care vizează transparența în administrația publică, în comunicarea dintre guvern, patronate și sindicate.

Cercetările în domeniile de studiu ale comunicării și ale relațiilor publice în mediul de afaceri se fac în condițiile unei societăți deschise, globalizate.

În prezent, informația, în complexitatea ei, circulă mult mai repede și cu o eficiență mult mai mare și, ca urmare, decizia este mult mai promptă și mai rapidă.

Astfel dificultățile și constrângerile, care apar în procesul de comunicare, sunt depășite cu profesionalism prin aplicarea unor strategii moderne de comunicare și de negociere în afaceri, în contextul economiei bazate pe cunoaștere.

În orice tip de comunicare există dificultăți și constrângeri care trebuie depășite cu profesionalism. Uneori, anumite bariere în comunicare, ca de exemplu necunoașterea limbii partenerului de afaceri, a obiceiurilor, a tradițiilor pot deteriora relațiile între parteneri, până la pierderea afacerii.

De aceea, se impune o cunoaștere a strategiilor de negociere în afaceri, precum și o abordare procesuală a negocierii (ca știință și artă) în afaceri în contextul globalizării și al economiei bazate pe cunoaștere.

Aplicarea tehnicilor moderne de comunicare, precum și stabilirea unor modalități strategice în negociere și în relațiile publice, sunt esența succesului în afaceri și a evitării conflictelor colective și de muncă.

De aceea, în această lucrare am considerat că trebuie să prezint, pentru informarea studenților, documentul suport care a stat la baza consultării analizei și dezbaterii în vederea elaborării unui „Plan de Dezvoltare în Domeniul Dialogului Social în România”. Prezentul document a fost realizat cu asistența financiară a Uniunii Europene în anul 2002.

Chiar dacă unele dintre datele prezentate în acest document nu mai sunt de actualitate, esența mesajului în ceea ce privește negocierea, comunicarea și relațiile publice în afaceri este o realitate.

În calitatea pe care am avut-o ca vicepreședinte (cu rang de secretar de stat) al Agenției Naționale pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie (ANIMMC) din subordinea Secretariatului General al Guvernului (SGG), am fost numit, prin ordinul Președintelui ANIMMC (vezi anexa 1), președinte al Comisiei de Dialog Social (decembrie 2003-iulie 2005).

Ca urmare, am considerat că, în cadrul acestei lucrări, prezentarea în sinteză (ca studiu de caz) a activității pe care am coordonat-o în calitate de președinte al Comisiei de Dialog Social al ANIMMC este relevantă și oportună pentru a înțelege esența disciplinei „**Comunicare și relații publice în afaceri**”.

*
* *

În ediția a II-a revăzută și adăugită, ca și în toate edițiile anterioare, am prezentat în prima parte a cursului „**Comunicare și relații publice în afaceri**”, *documentul suport* (realizat cu asistența financiară a U.E.). Acest document a fost destinat consultării, analizei și dezbaterii pentru elaborarea Planului de Dezvoltare în domeniul Dialogului Social (București, 20 aprilie 2002).

Documentul suport a fost întocmit în perioada pregătirilor pentru integrarea României în U.E. Republicarea acestui *document suport* și în ediția a II-a revăzută și adăugită am considerat-o necesară întrucât acest *document suport* reprezintă un reper istoric pentru cititori, pentru ca aceștia să înțeleagă dimensiunile și eforturile pe care le-au făcut la acea dată, instituțiile statului, partidele politice, sindicatele, patronatele ș.a. pentru dezvoltarea *dialogului social* în România.

Lucrarea în cea mai mare parte prezintă activitățile specifice *comunicării și relațiilor publice în afaceri* pe care le-am inițiat și coordonat în calitate de persoană publică implicată.

Cartea oferă cititorilor o perspectivă lucidă asupra provocărilor complexe pe care va trebui să le înfrunte în cazul în care aceștia sunt antreprenori, în mediul de afaceri românesc marcat de momente dese și uneori intense de instabilitate.

Într-o epocă fără precedent a evoluției tehnologiilor din ce în ce mai inovative în care *comunicarea și relațiile publice* sunt din ce în ce mai ușor de

realizat, era digitală deja instalată, va deschide alte spații de cunoaștere cu surprinzătoare și neașteptate aplicații. Ediția a II-a revizuită și adăugită față de prima ediție este structurată în patru părți.

Cursul „**Comunicare și relații publice în afaceri**”, în edițiile II, III și IV are în structura lui partea a III-a, în care sunt prezentate trei aplicații care au reprezentat modulele unui proiect cofinanțat de Fondul European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013.

Proiectul „**Împreună pentru dezvoltarea dialogului social în România**” – martie 2013, cu tematica „*Dialogul social regional – investește în oameni*”, a vizat în general reforma administrativ-teritorială a României și în mod special problema intereselor cetățeanului în raport cu regionalizarea.

Pornind de la îndemnul „**E forța ta. Cultivă dialogul**”, Confederația Sindicală Națională „Meridian” (CSN „Meridian”) în calitate de coordonator al Proiectului, a introdus această temă a regionalizării, a proiectului de dialog social pe care l-a implementat în parteneriat.

România are de recuperat un important decalaj față de Europa, pentru a aduce serviciile publice și deciziile mai aproape de cetățeni și pentru a folosi mai judicios resursele existente.

În acest context, aplicațiile prezentate în partea a III-a a acestei cărți încearcă să ofere soluții la provocările regionalizării și a dialogului social.

Modulele pe care le-am prezentat la acea dată în cadrul proiectului anterior menționat în capitalele celor trei din opt regiuni ale României, pe care le-am denumit aplicații în această nouă ediție a cărții „**Comunicare și relații publice în afaceri**”, sunt următoarele:

- **Reindustrializarea în contextul inovării și dezvoltării durabile** (Brașov, 30 septembrie 2013).
- **Inovarea în contextul dezvoltării durabile ca subproces al regionalizării** (Piatra Neamț, 01 octombrie 2013).
- **Inovarea în contextul dezvoltării durabile** componentă a politicii de reindustrializare 2014-2020 (Cluj-Napoca, 8 octombrie 2013).

Aplicațiile din ediția a II-a revăzută și adăugită a cursului „**Comunicare și relații publice în afaceri**” au fost prezentate și în cadrul conferinței internaționale „*Globalization and Competitiveness in Knowledge-Based Economy*”, a 9-a ediție, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, Facultatea de Management Turistic și Comercial (București, 16-18 aprilie 2019) și publicate în revista UNIVERS STRATEGIC (anul X, nr. 1(37), ianuarie-martie 2019).

București, 08.05.2019/08.05.2022

Conf. univ. dr. Gabriel I. Năstase