

ARTIGO



» POR BRUNNO FALCÃO*

A nova moeda do mercado: comunicação

Em um cenário profissional cada vez mais complexo, a habilidade de comunicar com clareza, empatia e propósito se torna decisiva para crescer, influenciar e permanecer relevante

Em um mercado profissional marcado pela transformação digital, pelo crescimento das carreiras independentes e pela valorização de habilidades humanas, a comunicação eficaz deixou de ser apenas um diferencial competitivo para se tornar um ativo estratégico. Mais do que falar bem, trata-se de conectar, influenciar, construir pontes e, sobretudo, tornar-se compreendido em ambientes onde ruído e sobrecarga de informação são cada vez mais comuns.

Dados da Fundação Wadhvani revelam que 84% dos empregadores brasileiros consideram a comunicação a principal habilidade a ser desenvolvida por candidatos a uma vaga. Um levantamento realizado pela plataforma Elevate mostrou que metade dos jovens entre 18 e 35 anos afirma ter perdido oportunidades profissionais por dificuldade de se expressar com clareza. A escassez de escuta ativa, a insegurança ao se posicionar em reuniões e a dificuldade de adaptar a linguagem ao público são sintomas de um problema silencioso e recorrente.

Paradoxalmente, vivemos uma era de hiperconectividade. Profissionais autônomos, freelancers, líderes e especialistas têm, hoje, mais canais para se comunicar do que nunca. Mas não necessariamente sabem como usar esses canais a favor da sua autoridade. A diferença entre o profissional que cresce e o que permanece invisível, muitas vezes, está em uma habilidade não listada no currículo: saber se comunicar com propósito.

A comunicação eficaz não está apenas na eloquência do discurso, mas na estrutura, na empatia e na leitura de contexto. Em um mundo que premia a capacidade de síntese e a clareza, o desafio é duplo: ser compreendido e



memorável. Isso vale para a venda de um serviço, a apresentação de um projeto, a condução de uma equipe ou a construção de um posicionamento público — mesmo quando o público se resume ao gestor direto ou ao time interno.

O avanço do empreendedorismo e das chamadas “carreiras híbridas” amplia ainda mais esse cenário. Profissionais que antes dependiam apenas da técnica agora precisam se tornar porta-vozes de si mesmos. A

comunicação deixou de ser um diferencial para se tornar condição de sobrevivência — especialmente entre profissionais liberais e autônomos, que representam mais de 25 milhões de brasileiros, segundo dados do IBGE (2023).

Essa realidade também impacta líderes e intraempreendedores no ambiente corporativo. A dificuldade de se posicionar, de apresentar ideias de forma clara ou de influenciar decisões pode impedir avanços significativos na

carreira — mesmo entre os mais qualificados tecnicamente. Liderar, afinal, exige mais do que conhecimento: exige articulação, clareza e presença.

Desenvolver essa competência não exige um dom, mas prática deliberada. O domínio da comunicação está intimamente ligado à coragem de entrar em zonas de desconforto — conceito central em diversas abordagens contemporâneas de desenvolvimento humano. Enfrentar o

medo de falar em público, lidar com ambientes desafiadores e buscar feedbacks consistentes são passos fundamentais para quem deseja se destacar.

Aos poucos, a comunicação deixa de ser uma soft skill periférica para ocupar o centro do debate sobre empregabilidade, liderança e inovação. Em um mundo onde a atenção é disputada segundo a segundo, comunicar-se bem é mais do que se fazer ouvir — é saber gerar impacto.