

Com a palavra

Profissionais do mercado falam da experiência de compor o júri do Prêmio ABERJE 2004



“Fiquei, mais uma vez, muito honrado com o convite para compor o júri do Prêmio ABERJE. E absolutamente impressionado com a qualidade dos trabalhos apresentados. Duas coisas me chamaram a atenção: os investimentos nos produtos

de comunicação e a postura cada vez mais séria, consciente e consistente dos profissionais da área. A iniciativa de realizar audiências públicas foi fantástica, pois permite um importante intercâmbio de informações em nível regional e nacional.”

Amauri Marchese, ESPM/SP

“Prêmio Aberje, quanto mais velho melhor. Tenho acompanhado o Premio Aberje há muitos anos. Primeiro, como concorrente, Bamerindus e Boticário, e agora como jurado. Nos últimos anos coordenei a edição do Premio Regional Sul e, sempre que terminávamos de fazer as escolhas falava aos parceiros que ajudaram: – “que pena que mais gente não possa ver todos estes trabalhos e ter a oportunidade de aprender, como nós. Ver todos estes materiais reunidos é uma ótima oportunidade de reciclagem profissional no assunto comunicação empresarial”. Com o novo sistema de premiação, cada empresa apresentando seu caso, a oportunidade chegou. Nesta primeira edição, dentro do novo sistema, deu gosto ver todos participando ativamente, uns conhecendo os trabalhos dos outros.

E melhor, apesar da escolha criteriosa e ética nas versões anteriores, o novo sistema permite transparência total do trabalho dos jurados. O que posso sugerir a Aberje para melhorar ainda mais a premiação? – A possibilidade dos jurados conversarem entre si, sempre que precisarem. E talvez, a própria Aberje ministrar um curso chamado “Como Fazer Apresentações Públicas”. Alguns profissionais tremeram na hora e não souberam se dirigir aos jurados e alguns fizeram mal, graficamente as suas apresentações. Com isso devem ter perdidos valiosos pontos. Saber fazer apresentações é ferramenta de comunicação empresarial. Acredito que o Prêmio Aberje seja o melhor e o mais sério premio da área da comunicação no Brasil de hoje.”



Eloi Zanetti, diretor do Capítulo ABERJE Paraná



“Não se trata de coincidência. Num mesmo round, a direção da ABERJE lança essa esplêndida novidade, que é submeter os projetos concorrentes ao seu prêmio anual a audiências públicas; mergulha num profundo exercício de planejamento estratégico e atrai os seus instrutores para, juntos, pensarem o futuro dos cursos e o da entidade, e estabelecerem entre si uma rede de conheci-

mento. A ABERJE mudou de patamar. É hoje uma associação que acompanha as mais modernas tendências da gestão e também pensa os rumos das empresas e da sociedade. Sou grato pela oportunidade de, como jurado e instrutor regular da Casa, testemunhar de perto esse salto para a modernidade.”

Floreal Rodriguez, Floreal Rodriguez Comunicação e Estratégia

“Um prêmio que vale mil comerciais. Particpei de várias mesas de avaliação no Prêmio ABERJE 2004. Foram longas horas – em geral ocupando as manhãs – conhecendo e analisando algumas centenas de trabalhos. Eram ou finalistas brasileiros ou peças da fase paulista. Sendo, portanto, criações oriundas de muitos lugares distintos, ficou em evidência a qualidade da nossa comunicação empresarial. (Com certeza a qualidade não estava presente em todos os trabalhos; porém devemos falar sempre das excelências, porque essas fazem escola e história, além de indicar um caminho no desenvolvimento profissional). Não foram apenas as empresas que tomaram um banho de modernidade a partir do início da década de 1990 – a isso forçadas pela nova abertura dos portos (a primeira foi lá em 1880, com D. João VI, para se ver como repetimos alguns estranhos padrões), que as colocou frente a uma concorrência internacional danada, a isso se somando a força da nova globalização econômica (a anterior ocorreu ali na vizi-nhança da I Guerra Mundial, o que mostra que essa conversa já é bem velha). As peças inscritas no Prêmio ABERJE, em geral, trazem uma modernidade gráfica e de conteúdo que não existiam anos atrás. Há agora uma preocupação com a beleza, a limpeza das formas, a escolha de papel –

sem dizer é claro da eficiência da comunicação requerida pelo cliente. Mas um fato importante é o diálogo do produto com o leitor alvo. O cuidado com essa conversação. Anteriormente tal postura pouco surgia. As peças demonstram não apenas um compromisso com a estética mais depurada (neste caso aí embutido todo o aprendizado trazido por nossa indústria editorial), mas também com a funcionalidade final do que é apresentado ao público. Além de qualidade dos trabalhos, vale lembrar como a riqueza do Brasil transparece em muitos dos inscritos. Seja no livro da Norberto Odebrecht (trabalho primoroso), seja em toda a iniciativa da Vale do Rio Doce em São Luis do Maranhão: uma idéia simples, poética e eficiente do ponto de vista da comunicação. E que liga o nome da empresa ao coração da população – já que estamos falando de cultura popular, daquela que não aparece na televisão, mas só na boca do povo, em toda esquina, em toda praça. O Prêmio ABERJE 2004 é também um prêmio para essa incrível ABERJE que conseguiu reunir peças vindas de todas as partes do Brasil. Mobilizou trabalhos de todas as regiões – e o resultado é uma nova visão (sempre mais moderna e profissional) sobre a comunicação empresarial brasileira.”



Miguel de Almeida, Lazuli Editora

“É visível como o Prêmio ABERJE de Comunicação Empresarial mexe com os departamentos de comunicação das empresas do Sul do país. Isso pode ser comprovado logo quando começamos a abrir os envelopes dos candidatos: algumas empresas fazem uma apresentação especial para o prêmio. Tanto grandes empresas, já conhecedoras e premiadas, quanto pequenas, ganham visibilidade e estímulo ao concorrerem aos prêmios. O profissionalismo da grande maioria ganha destaque e a qualidade dos trabalhos é de muito bom nível.

Desta forma, percebe-se, claramente, a importância que a comunicação empresarial ganha junto à presidência das empresas. A mudança na seleção dos premiados, com audiências públicas, facilitou o contato com as pessoas que trabalham a comunicação nas empresas, no entanto, dificultou a troca de informações entre os jurados. Imagino que uma fórmula que distanciasse um pouco mais, daria maior liberdade aos jurados para discutir e fazer comparações.”

Elisa Marília Prado Carneiro, Secretaria de Estado da Cultura do Paraná



FOTO: DIVULGAÇÃO



“A qualidade dos trabalhos apresentados foi surpreendente. Cada vez mais fico surpreso diante das idéias ali traduzidas em algo inovador para cada público específico. Parece que todo mundo combina: vamos fazer bem, nada de chutar, nada de apresentar trabalhos como alguma coisa improvisada. Longe disso. O profissionalismo dos trabalhos salta a olhos vistos. Também não poderia ser diferente. Hoje a comunicação está entregue a quem de direito: os comunicadores. Dias atrás me deparei com outro tipo de profissional querendo entrar nesta nossa seara, que é a comunicação – não que ele não possa, mas acontece que o gaiato não tem preparo. É como se invertêssemos os papéis. Eu iria para a prancheta, se bem que não se usa mais esse tipo de instrumento na profissão do dito-cujo, o que se usa é o autocad, um programa sofisticadís-

Rivaldo Chinem, jornalista

“Profissionalismo nas apresentações, qualidade dos trabalhos apresentados e o democrático processo de premiação com audiências públicas, foram alguns dos aspectos prazerosos como jurado do Prêmio ABERJE 2004.”

**Antonio Carlos Franchini Ribeiro,
GTEC Produção e Videocomunicação**



“A cada ano surgem mais pesquisas no Brasil e no exterior atestando a importância do aspecto da comunicação na gestão empresarial. Mesmo que o discurso se torne cada vez mais uníssono no reconhecimento da importância estratégica da comunicação, na prática, ainda existem obstáculos para que esse papel seja exercido plenamente. Nesse contexto, o Prêmio ABERJE é, por vários aspectos, de fundamental importância para a comunicação empresarial no País. Entre eles, por montar um diversificado painel de casos em que o discurso se traduz no dia-a-dia das organizações. Observar os trabalhos inscritos é tomar contato com exemplos de como a comunicação pode, de fato, contribuir

para os resultados das empresas. São experiências que mobilizam pessoas para algum tipo de mudança, algo que vai muito além do blablablá envolvente. Outro aspecto que me chamou a atenção na edição 2004 do Prêmio ABERJE foi a preocupação de muitas empresas em criar mecanismos para obter feedback de seus públicos-alvo, estimular a interação e monitorar os impactos da comunicação na organização. Essa postura reflete uma visão mais sistêmica, na qual a comunicação é realmente uma via de mão dupla e não apenas um esforço de emissão das mensagens ou um cardápio variado de mídias.”

Paulo Jebaili, jornalista





“Participar como jurada do Prêmio ABERJE é, antes de tudo, um aprendizado. Ver de perto tantas soluções de divulgação, mobilização e reforço de imagem institucional, de excelente qualidade, evidencia o alto patamar que a Comunicação Empresarial atingiu no País, e nos motiva a buscar sempre a melhoria da nossa própria atuação de comunicadores. Este ano, não registramos apenas o crescimento do nível e profissionalismo dos trabalhos, como também já pudemos avaliar mais facilmente os ótimos resultados que as empresas vêm conseguindo. A lisura e transparência do

processo é outro fator que merece registro. Mas o que mais me impressionou no Prêmio 2004 foi a novidade da realização de audiências públicas. O contato direto com os coordenadores dos trabalhos inscritos e a apresentação das linhas básicas de cada projeto transmitiam o "espírito" da ação de comunicação, o que sem dúvida facilitou ainda mais o julgamento. Maturidade – esta é a palavra que, na minha opinião, resume o atual estágio do Prêmio ABERJE, no cenário da comunicação empresarial brasileira.”

Teresa Goulart, Fundação Dom Cabral

“O Prêmio ABERJE 2004 inovou mais uma vez. A nova sistemática demonstrou que legitimidade é o ponto fundamental de qualquer premiação. Num momento em que prêmios sem sustentação proli-

feram no Brasil e no mundo, o Prêmio ABERJE demonstra que sabe aliar tradição com inovação. Tive orgulho e satisfação em participar do Júri!”



FOTO: DIVULGAÇÃO

Ronald Carvalho, Ronald Carvalho Associados

“O Prêmio ABERJE é um raro momento em que se pode ter um raio X das práticas de comunicação empresarial desenvolvidas em diversas regiões do Brasil. Mostra de que forma os instrumentos estão sendo aplicados e os resultados alcançados. Acho também que o Prêmio é um elemento motivador para a produção de trabalhos cada vez melhores. O próprio fato de os profissionais de comunicação trabalharem na perspectiva de sistematizar as ações para o Prêmio, cria um método de trabalho mais organizado e dentro de uma consciência maior de planejamento e resultados. As audiências públicas são uma experiência muito rica, muito importante

para a disseminação das experiências apresentadas pelos participantes. Por isso, acho que os públicos das faculdades de comunicação devem assistir, conhecer os casos, contribuindo para a produção de conhecimento no segmento. Vimos muitos trabalhos de qualidade, em alguns casos até produtos relativamente simples, mas que deram excelentes resultados nas empresas em que foram desenvolvidos. O Prêmio ABERJE 2004 foi também um momento interessante de reflexão para o segmento, para que se pense de que forma se pode avançar rumo à inovação. Tenho certeza de que, a cada ano, será possível verificar uma qualidade crescente.”



FOTO: DIVULGAÇÃO

Tássia Catarina, Cibermídia Assessoria de Comunicação



FOTO: DIVULGAÇÃO

“Para mim foi um grande prazer ter participado pela primeira vez como jurado do Prêmio ABERJE. Eu, que sou profissional e vivo o dia a dia da assessoria de imprensa numa empresa considerada grande - sob o ponto de vista de sua importância no cenário nacional, das empresas estatais -, pude constatar como esta matéria normalmente é levada a sério sobretudo no contexto da iniciativa privada. Tive oportunidade de apreciar trabalhos maravilhosos que deu a mim e acredito aos colegas, tam-

bém jurados, um alto grau de dificuldade na análise e apontamento dos vencedores. Com certeza, iniciativas desta natureza só poderão contribuir para melhorar cada vez mais o nível da comunicação empresarial e a valorização dos profissionais. Só me resta parabenizar a toda a equipe de organização do prêmio e ressaltar a brilhante iniciativa do julgamento em audiências públicas que deram maior transparência e credibilidade ao evento. Conte comigo sempre.”

Luís Henrique Ximenes, Infraero

“Participar da comissão julgadora do Prêmio ABERJE é um verdadeiro privilégio. Não apenas pelo fato de o prêmio ser um grande estímulo a todo profissional de comunicação organizacional sério deste país, um elemento de afirmação e distinção da atividade no Brasil. Como disse, trata-se

do privilégio de entrar em contato com a nossa Associação Nacional e ver que ela é tocada com profissionalismo e carinho, com sensibilidade e energia renovadora. Vida longa ao Prêmio ABERJE.”

Cláudio Cardoso, Clicom Gestão e Comunicação Empresarial



FOTO: DIVULGAÇÃO

“O Prêmio Aberje 2004 deu um salto de qualidade sem precedentes em sua história. De um lado, a auditoria por uma empresa independente, o que solidificou a imagem de credibilidade do certame. Por outro, as audiências públicas deram a oportunidade para um grupo muito maior de pessoas conhecer os projetos de excelência desenvolvidos em todo o País. Impressionou-me o profissionalismo

da organização e o alto nível dos trabalhos apresentados nas diversas regiões do Brasil, um atestado inequívoco de que a comunicação organizacional está em pleno processo saudável de desenvolvimento e de que a ABERJE vem cumprindo o seu papel de maneira exemplar.”

Luiz Chinam, Retoque Jornalismo



“A ABERJE é hoje uma pioneira na realização de eventos respeitados, pela excelência dos trabalhos apresentados e pela capacidade no desenvolvimento profissional, foco principal de sua administração por encarar o desafio de promover o conhecimento técnico atrelado às melhores práticas de mercado, por meio dos mais renomados profissionais da área de comunicação empresarial. Atualmente, o mercado globalizado vem exigindo cada vez mais que os profissionais estejam atualizados sobre as novas tendências. Dessa forma, ao estruturar o 30º Prêmio ABERJE com uma nova dinâmica para atender às exigências da globalização, a ABERJE definiu como prioridade dois pilares: a idoneidade e a difusão de conhecimento. A primeira traduzida pela seriedade do novo proje-

to, que contou com a participação da empresa de auditoria “BDO Trevisan” no acompanhamento e na apuração dos resultados nas etapas regional e nacional, e a segunda, pela inovação nas regras do 30º Prêmio ABERJE, com a implementação de audiências públicas, onde os participantes realizam a defesa de seus trabalhos diante dos jurados e do público interessado, que absorvem, além da teoria aplicada aos trabalhos, as dificuldades e as alternativas encontradas pelos profissionais para a execução dentro da realidade empresarial. Com essa receita, a ABERJE atingiu o sucesso esperado, demonstrando sua competência na condução do desenvolvimento dos profissionais envolvidos no mercado de comunicação empresarial.”



Marcos Adriano Lorençani,
BDO Trevisan Auditores Independentes,
auditor responsável pelo Prêmio ABERJE 2004

“Vejo vantagens e desvantagens em ser membro do corpo de jurados do Prêmio ABERJE. Mas há os compromissos também. Estes, de foro mais íntimo mobilizam a mente e os sentidos; todos eles! Na premiação de 2004 fui premiado com a renovação do convite já feito no ano anterior. Agora se incorporou uma ousada inovação: as audiências públicas. Elevaram-se os requisitos de qualidade e profissionalismo dos casos submetidos a julgamento, expondo desta forma a qualificação dos jurados. E isto é envaidecedor pelo lado das vantagens.

Curiosamente as desvantagens se transformam em vantagens: partilhar a mesa com outros colegas tão ou mais criteriosos, bem como o aprendizado de superar o calafrio ao ser avaliado pela atenta platéia que presenciou os cases. Entendo que a ousada investida da ABERJE no processo desta premiação trouxe dúvidas, e estou aplaudindo as conquistas da inovação e um novo benchmark: a única forma de se chegar a certeza é pela dúvida. Então a desvantagem se tornou uma vantagem...”



Saul Faingaus Bekin, S. Bekin & Consultores Associados



“Tenho observado que o Prêmio ABERJE se consolidou como referência de qualidade no setor. Essa impressão pode ser facilmente comprovada pelo volume crescente de inscrições, combinado com a qualidade dos trabalhos inscritos e, afinal, mas não por último, o atendimento dos parâmetros

mencionados no regulamento do Prêmio como base para a própria produção dos trabalhos. Isso aumenta a responsabilidade da ABERJE na estruturação do Prêmio, seu desenvolvimento, atenção com a evolução do setor, rigor e isenção no julgamento.”

José Paulo Kupfer, jornalista

“Participar no júri do Prêmio ABERJE 2004, aqui em Salvador, foi uma experiência muito gratificante, pois me deu a oportunidade de conhecer o que se faz de melhor na prática da comunicação empresarial em diversas empresas da região nordeste. A necessidade da apresentação do case representou um ganho de qualidade, na adequação da sua linguagem às tecnologias de multimídia e no desempenho dos apresentadores. A premiação em audiência pública trouxe maior emoção à cerimô-

nia de entrega dos troféus, com direito a torcidas organizadas e muita comemoração dos vencedores. Foi uma bonita festa, valorizando quem fez da comunicação com seus públicos estratégicos um marco no seu negócio. Estar no Prêmio ABERJE, cada vez mais, representa a presença na elite da comunicação empresarial no Brasil e o reconhecimento da excelência nas práticas de comunicação empresarial.”

Sergio Hinz Veiros Ferreira, Caraíba Metais



FOTO: DIVULGAÇÃO



“O prêmio ABERJE é uma das mais importantes iniciativas destinadas à promoção da qualidade no ambiente da comunicação empresarial brasileira. A organização deve procurar, como já vem fazendo,

aprofundar sempre o nível de exigência de suas premiações. Os jurados examinam os trabalhos com independência e isenção, atuando sob rigorosa auditoria externa.”

Mário Vitor Santos, Casa do Saber
