

Quem sabe faz a hora

*Profissionais do Ano em Comunicação Empresarial
dão seus depoimentos, falam de si, da profissão e do Prêmio*

Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior *

Carlos Alberto Barretto de Carvalho

Gerente Executivo de Comunicação

BANCO DO BRASIL



FOTO: DIVULGAÇÃO

PERSONALIDADE

Reconhecimento público pelo empenho e dedicação, investidos em nome de uma causa nobre: a comunicação. É a retribuição por desafiar diariamente os obstáculos e ruídos da comunicação corporativa.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

A marca ABERJE é uma referência em comunicação no país. Hoje sua imagem está intimamente ligada á geração de conhecimento e a excelência de práticas de comunicação empresarial no Brasil. Hoje, receber um prêmio ABERJE significa um selo de qualidade para a comunicação de qualquer empresa.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

Na pós-modernidade, o profissional de comunicação deve exercer o papel de liderança na sua empresa. Como formador de opinião ele tem de liderar equipes e processos. Hoje, o comunicador deve administrar relacionamentos e ser um gestor multidisciplinar de processos comunicacionais.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Vou parafrasear o professor Paulo Nassar: "Comunicação é Tudo". Hoje, não existe uma só atividade em uma empresa, pequena, média ou grande, na qual a comunicação não esteja presente a envolver, motivar, informar, mobilizar, valorizar, estimular. E também a gerar conhecimento.

REGIÃO

Centro-Oeste / Leste

EMPRESA

Banco do Brasil

RAMO DE ATIVIDADE

Mercado financeiro

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Bacharel em Jornalismo e Audiovisual pela Universidade de Brasília (UnB)

FORA DO ESCRITÓRIO

Duas filhas, Tatiane e Bruna. Na cabeceira hoje, a biografia de Roberto Marinho de Pedro Bial. Hobby: jogar futebol, torcer pelo Fluminense, viajar, ler, ir ao cinema

“ É cada vez menor a diferença entre comunicação interna e externa nas empresas. Hoje, o funcionário interage com ambiente externo, e o cliente, cada vez mais, interage (cobra) com sua empresa (ou seu produto e serviço). Comunicar não é apenas saber falar. É saber ouvir. As empresas precisam ouvir cada vez mais. ”

Luiz Henrique Michalick

Superintendente de Comunicação Empresarial
CEMIG



PERSONALIDADE

É um grande orgulho para mim. Tenho 51 anos e trabalho desde os 12 anos com carteira assinada. Sempre busquei meu espaço profissional com muita vontade, trabalho, dedicação e profissionalismo. Fui repórter econômico da sucursal da Folha de S. Paulo, em Belo Horizonte. Entrei para a CEMIG, em 1985, como jornalista da Assessoria de Imprensa. Em 2003 fui indicado para a Superintendência de Comunicação Empresarial. O prêmio ABERJE encoraja a seguir em frente, batalhando sempre para a valorização do profissional de comunicação.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

É, sem dúvida, um dos mais importantes prêmios da área no País, pela seriedade como vem sendo tratado, com a implantação do sistema de auditoria. Com isso, seu valor cresce e incentiva as empresas a concorrerem.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

Conquistou novos espaços nas empresas. Em 1985, a comunicação era gerenciada por engenheiros, administradores, menos por profissionais de comunicação. Conquistamos nosso espaço, mostramos a importância para a organização – sua imagem e reputação. Além disso, desempenhamos papel importante na democratização da informação. O trato ético da informação tornou-se uma obrigação, nos códigos de ética, governança corporativa e no relacionamento com a mídia.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Onde existir informação, temos a obrigação de participar. Não nos cabe formular políticas de Recursos Humanos, de Relacionamento com Investidores ou Consumidores, mas nosso papel é importante ao definir a forma de como comunicar bem. Nós sabemos como fazer a informação da empresa chegar, da melhor forma e os ganhos para a imagem. O horizonte é enorme. Basta competência e coragem para abrir espaços e participar deles. Ganhamos nós, e mais as organizações.

REGIÃO

Minas Gerais

EMPRESA

CEMIG - Companhia Energética de Minas Gerais, a maior empresa de energia elétrica do País, com cerca de 6 milhões de consumidores

RAMO DE ATIVIDADE

Energia elétrica

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Bacharel em Jornalismo

FORA DO ESCRITÓRIO

Casado, dois filhos, apaixonado por futebol, em especial o Clube Atlético Mineiro, leitura de jornais e revistas até livros técnicos de marketing e comunicação. Hobby: cozinhar, em especial comida mineira, feita no fogão à lenha, além de apreciar uma boa cerveja

“Otimismo em relação ao potencial de crescimento de nossa área. Temos de trocar mais experiências. Temos de buscar as melhores práticas de comunicação, não apenas no Brasil, mas em outros países e a ABERJE tem papel importante. O modelo de cursos e seminários desenvolvido por ela tem grande aprovação entre as empresas. As empresas associadas à ABERJE, e seus profissionais de comunicação, vão ser parceiros nessas ações.”

Márcio Polidoro

Diretor de Comunicação Empresarial
ODEBRECHT



PERSONALIDADE

Significa, acima de tudo, que quem acompanha com atenção a cena cotidiana da comunicação no Brasil situa a Odebrecht em lugar de destaque – pela qualidade do trabalho feito com o objetivo de agregar valor aos acionistas também pela permanente valorização da Imagem Institucional e conseqüentemente, da marca, um de nossos ativos intangíveis. É um reconhecimento que me serve de motivação para sempre melhorar. Como há que se nomear alguém, o líder da equipe fica com o troféu. Mas em meu caso, esta foi uma conquista coletiva.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

É uma celebração dos fazeres e saberes de quem trabalha com comunicação empresarial no Brasil, hoje. É, portanto, um momento especial em nosso dia-a-dia. O modelo adotado em 2004 com as audiências públicas foi uma inovação extraordinária porque criou a oportunidade do intercâmbio de conhecimentos e experiências. Assim, o Prêmio ABERJE representa também uma contribuição para a valorização e para o aperfeiçoamento de nossa atividade profissional.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

O papel político é estratégico – porque trabalhamos com as relações institucionais, aquelas que conectam instituições – empresas, ONGs, governos, etc. –, mediante a ação das pessoas, e apoiamos a construção das pontes entre as organizações empresariais e a comunidade. Mas temos também no plano dos negócios um importante papel que chamo de “empresarial” na medida em que contribuimos para a eficácia da ação de “empresariar” – ou seja, a conquista do cliente, no primeiro movimento; sua satisfação, no segundo e sua fidelização no terceiro.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

É um instrumento a serviço das pessoas da empresa, destinado a apoiá-las no alcance de seus resultados negociais. Na Odebrecht trabalhamos com o conceito de que a formação da Imagem é responsabilidade indelegável de cada mulher e de cada homem que nela trabalha. Comunicação empresarial é também o provimento dos meios que servem para apoiar o alcance deste propósito.

REGIÃO

São Paulo

EMPRESA

Odebrecht S.A.

RAMO DE ATIVIDADE

Holding da Organização Odebrecht, empresa controladora da Construtora Norberto Odebrecht, maior empresa de Engenharia e Construção da América Latina e da Braskem S.A., maior empresa petroquímica da América Latina

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Licenciatura em Letras e Pedagogia

FORA DO ESCRITÓRIO

Sou casado com Ana Laura e tenho 6 filhos. Atividade esportiva é caminhada. No passado, fui um razoável médio-volante e conquistei algumas medalhas jogando futebol amador. Leitura é dever de ofício. Neste momento me encanto com a releitura de Grande Sertão Veredas do incomensurável Guimarães Rosa. Hobby: fotografia... Pescaria, o que faço sempre que posso, nas lagoas da vizinhança e no Pantanal. Pesca esportiva, bem entendido.

Renato Antonio Andrade Manzano

Gerente de Comunicação
CVRD



FOTO: DIVULGAÇÃO

PERSONALIDADE

É um reconhecimento pelos 20 anos de atividade na área de Comunicação. Comecei a trabalhar aos 12 anos, por necessidade. Entrei para a área de Comunicação, fazendo rádio, aos 17 anos, em 1985. De lá para cá, já trabalhei para empresas como Arno, Natura, Lojas Riachuelo, Banespa, MRN, tive minha própria consultoria em São Paulo e, agora, na Companhia Vale do Rio Doce. Ao longo da minha carreira, entre outras premiações, este, especificamente, foi o mais importante: nada se compara a ser reconhecido pelos próprios colegas de profissão.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

É o mais importante reconhecimento às ações de Comunicação das empresas. E não se trata do prêmio pelo prêmio, mas de submeter a uma avaliação criteriosa e sofisticada tudo o que se produziu no período. Além do reconhecimento, o Prêmio é um instrumento que ajuda o aperfeiçoamento contínuo e a implementação de técnicas inovadoras na Comunicação Empresarial.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

Valor agregado é valor percebido. As organizações precisam comunicar o que fazem e se relacionar adequadamente. Não é uma questão apenas de imagem, mas de transparência, de exigência em face do amadurecimento das relações sociais e, portanto, de sobrevivência. O domínio das técnicas, a experiência e a ética, trazidos pelos profissionais de Comunicação os torna a ponta de lança desse gigantesco diálogo social.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Em qualquer atividade na qual relacionamento e imagem sejam minimamente importantes, a Comunicação Empresarial está presente.

REGIÃO

Nordeste

EMPRESA

Companhia Vale do Rio Doce

RAMO DE ATIVIDADE

Mineração e logística

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Jornalismo na PUC de S. Paulo, mas meu registro profissional é de Publicitário. Sou graduado em Administração de Empresas pela PUC Campinas, SP. Especialização técnicas em Gerenciamento pela Qualidade Total (AOTS - Yokohama e Osaka, Japão) e Empreendedorismo em Negócios e Corporativo (Babson School - Boston, EUA). Sou aluno de pós-graduação em Gestão da Comunicação Empresarial - PUC MG

FORA DO ESCRITÓRIO

Sou casado, tenho duas filhas: Luana, estudante de comunicação na PUC de Curitiba, com 19 anos e a pequena Nicole, com 2 anos. Hobby: leitura (sou um leitor compulsivo), degustar charutos (meus favoritos são os cubanos Monte Cristo, Romeu e Julieta e Cohiba), adoro games eletrônicos de ação e filmes de ficção científica. Sou fascinado por jazz. Não sou esportista, meu exercício é caminhar pela praia

“Fico feliz que a ABERJE esteja se posicionando de modo mais político e efetivo. Muitos talvez ainda tenham pudores com relação a isto. Mas a nossa profissão precisa ter uma representação à altura da nossa importância no contexto social. E nenhuma outra entidade tem condições de fazê-lo tão bem quanto a ABERJE.”

Solange Fusco

Gerente de Comunicação Corporativa

VOLVO



FOTO: DIVULGAÇÃO

PERSONALIDADE

É um grande orgulho. Na verdade esta é a segunda vez que recebo este título. Sem dúvida, uma grande motivação para continuar com muita energia me desenvolvendo e criando novos projetos. Sou movida a novos desafios. Significa também uma oportunidade de compartilhar experiências. Gosto muito de poder olhar para trás e ver além de muitos projetos implementados, muitas pessoas que ajudei a desenvolver.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

É como se fosse o "Oscar" da Comunicação Empresarial. É um reconhecimento às empresas e aos profissionais que desenvolvem trabalhos sérios na área de comunicação empresarial.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

Sinto que a Comunicação ganha cada vez mais espaço nas empresas. A sociedade não mais aceita empresas que não tenham seus compromissos claros e que não atuem de forma socialmente responsável. Com este novo ambiente o profissional de comunicação está conquistando mais espaço nas organizações. Assim são muitos os papéis. Na verdade, é uma arte conciliar todos eles, mas destaco a sensibilidade, flexibilidade e persistência para "vender" e - até mais importante - implementar novas idéias e projetos.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Todos os processos na área corporativa, incluindo imagem da marca, responsabilidade social, comunicação com os funcionários, relações com a imprensa, material corporativo, organização de eventos etc.

REGIÃO

Sul

EMPRESA

Volvo do Brasil

RAMO DE ATIVIDADE

Indústria automotiva, montadora de caminhões e ônibus

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas, Pós-Graduação em Marketing

FORA DO ESCRITÓRIO

Casada, uma filha, Mariana, 15 anos. Hobby: nas horas vagas, no longo inverno de Curitiba, gosto de ficar em casa, ler e assistir vídeos. Criamos um clube de vídeo com amigas, escolhemos um filme e juntas fazemos uma crítica. É muito bom! No verão adoro praia e todos os seus prazeres. Ah, gosto também de fotografar

“Sem demagogia: um profissional de comunicação – ou qualquer outra área – para exercer um bom papel depende de espaço, recursos, reconhecimento e principalmente pessoas que ajudem a colocar idéias em prática, além de apoio da família. Eu me sinto muito privilegiada em contar com este ambiente.”

Wilson Santarosa

Gerente Executivo de Comunicação Institucional
PETROBRAS



PERSONALIDADE

Significa, sobretudo, o reconhecimento da liderança da Petrobras na gestão da comunicação corporativa no Rio de Janeiro e no Brasil. Considero-me articulador das mudanças e inovações que levaram a Petrobras à posição de destaque no cenário da comunicação nos últimos dois anos. É evidente que transformações como estas são frutos do esforço de uma equipe de profissionais competentes, a qual tenho tido orgulho de liderar.

SIGNIFICADO DO PRÊMIO ABERJE

É, sem dúvida, a mais importante distinção no âmbito da Comunicação Empresarial. Seja por sua tradição, seja pelas múltiplas disciplinas de sua abordagem, ele se constitui, hoje, pela sua seriedade, no justo e almejado reconhecimento da excelência das práticas de comunicação corporativa no Brasil.

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO

Em primeiro lugar, o profissional de comunicação deve exercer sua responsabilidade como profissional e como cidadão. Neste sentido, cabe-lhe atuar de forma ética e transparente, respeitando a diversidade cultural do país e os valores dos indivíduos e das comunidades em que atua. Além de seu compromisso social, o profissional de comunicação deve buscar exercer plenamente seu papel como agente multiplicador das boas práticas de relacionamento público, contribuindo para posicionar a empresa como protagonista das mudanças sociais do país.

A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Deve englobar todas as atividades de relacionamento com os públicos de interesse da empresa, de fornecedores a consumidores, de empregados a comunidades. Estão compreendidas aí as atividades tanto de natureza institucional quanto mercadológica, dirigidas tanto ao público interno quanto externo. Estamos falando, em realidade, de uma área multidisciplinar e, ao mesmo tempo, integrada, cujo objetivo final é construir e consolidar a imagem corporativa e dos produtos e serviços de uma companhia.

REGIÃO

Rio de Janeiro

EMPRESA

Petrobras – Petróleo Brasileiro S.A.

RAMO DE ATIVIDADE

Energia, petróleo e gás

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Contabilidade

FORA DO ESCRITÓRIO

Casado, três filhas. Todos os esportes, especialmente futebol. Leitura de jornais e revistas. Hobby: passear

(*) Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior é editor, escritor, consultor em Comunicação Empresarial e faz textos para empresas e empresários.