

Ases indomáveis

As pessoas que estão fazendo acontecer no mundo da comunicação empresarial

André Nascimento Curvello

Formação: Jornalista pela UFBA.

Atividade: Diretor e sócio-fundador da AC Comunicação.

Hoje: Atua na área de comunicação empresarial.

Objetivo: Permanente busca pela atualização. Desenvolve projetos em comunicação empresarial, editoriais, relacionamento com a comunidade e consultoria.

Perfil do profissional de comunicação empresarial: Crítico e ter independência. Um elo entre vários setores da empresa e uma espécie de conciliador.

Mensagem: "Com união poderemos crescer e nos fortalecer. O mercado ainda tem traços amadores, sem perfil social, político e econômico. É preciso que as regiões troquem informações. Caso contrário continuaremos a reboque das agências de publicidade, sendo tratados como subproduto dentro das organizações."

Hobby: Adora jogar futebol, assistir a jogos do Flamengo e ser voluntário do Grupo de Apoio à Criança com Câncer.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



"Todos os projetos dos nossos clientes são os nossos principais projetos".

Paulino Marcelo Becker Jeckel

Formação: Engenheiro Agrônomo, com pós-graduação em marketing pela ESPM.

Atividade: Gerente de Marketing e Comunicação da AGCO do Brasil.

Hoje: Está envolvido na reestruturação das ações de relacionamento com clientes, buscando uma maior fidelização e resultados comerciais mensuráveis.

Principal desafio: Trabalha cada vez mais com equipes formadas por colegas de vários países, enfrentando todas as dificuldades advindas da distância e das diferenças culturais.

"Nos momentos de crise, precisamos ser mais criativos e é quando se destacam os profissionais mais competentes".

Adriana Recco

Formação: Graduada em Comunicação Social com especialização em Propaganda e Publicidade pela FAAP; pós-graduada em Administração com especialização em Marketing pela FGV e cursa a pós-graduação em Comunicação Organizacional e Relações Públicas na ECA-USP.

Atividade: Coordenadora de Comunicação Corporativa da Companhia Siderúrgica Nacional-CSN.

Hoje: Dedicar-se à elaboração do Relatório Anual e Balanço Social 2005.

Principal desafio: Trabalhar na implantação da identidade visual única em todas as empresas CSN e coligadas.

Perfil do profissional de comunicação empresarial: Ser o "Relações Públicas" dentro e fora da organização que trabalha. Ter acesso e transitar livremente por todas as áreas da empresa e relacionar-se com todos os níveis hierárquicos da organização. Acima de tudo, um ótimo "ouvinte" e um excelente articulador.

Mensagem: Ter claro os seus objetivos (pessoais e profissionais), estabelecer metas para conquistá-los e não desistir jamais.

Hobby: Yoga, cultivo de orquídeas e decoração.

"O profissional de comunicação esse ano deverá ser muito criativo. O ano de 2006 será poluído de informação, pela Copa do Mundo e Eleições".



Perfil do profissional de comunicação empresarial:

Conhecer a fundo os objetivos da empresa e as necessidades e anseios do público que deve atingir para promover o casamento entre ambos.

Mensagem: Independente da empresa e da natureza do seu trabalho, jamais deixe a ética de lado.

Hobby: Brincar com os filhos.



Etevaldo Lucas Queiroz

Formação: Graduado em Jornalismo e Publicidade e Propaganda com pós-graduação em Gestão Estratégica em marketing e em Comunicação Corporativa.

Atividade: Comunicador Social da Companhia Energética de Minas Gerais-Cemig.

Hoje: Debruçado sobre a reformulação da Intranet da empresa.

Principal desafio: Transformar a Intranet da Cemig em um Portal Corporativo, que irá funcionar como ferramenta estratégica para melhorar, ainda mais, o processo de gestão e de comunicação na empresa.

Perfil do profissional de comunicação empresarial: Como ferramenta estratégica preservar a marca e a imagem da empresa, de forma ética e transparente.

Mensagem: "Devemos ser éticos e comprometidos com a empresa para a qual trabalhamos. Não basta ser um bom profissional de comunicação, é preciso que saibamos nos relacionar com as pessoas de forma sincera e respeitosa".

Hobby: Narrar rodeio e correr.

"Responsabilidade, energia e transparência"



Marlene Oliveira

Formação: Jornalista pela UFRJ, pós-graduação em Marketing pela PUC e MBA Executivo pela Coppead/UFRJ.

Atividade: Gerente Geral de Comunicação da Lafarge.

Hoje: As atividades de seu departamento são "colocar no papel, na tela e no ar mensagens em linha com as estratégias de negócios".

Principal desafio: Formar porta-vozes internos e equiparar a importância estratégica dos dois stakeholders: imprensa e colaboradores. Além de contribuir para a redução do número de acidentes, colocar a segurança na cadeia produtiva: compra de insumos, processo de fabricação, distribuição e entrega.

Perfil do profissional de comunicação empresarial: Facilitador de parcerias e um influenciador. Deve ter sensibilidade e conhecimento para ajudar as lideranças na formulação de políticas benéficas.

Mensagem: O papel da comunicação é zelar pela credibilidade e reputação hoje consideradas diferenciais competitivos e ativos empresariais. "Promover o bem", no sentido de ajudar a empresa a conduzir seus negócios dentro dos valores morais e éticos.

Hobby: Cinema, leitura, viagens e caminhadas.

"Se não houver alegria no trabalho, brilho no olho, a gente passa de ano com 5. E a gente quer brigar pelo primeiro lugar."



Claiton José Mello

Formação: Jornalista com MBA em e-business.

Atividade: Diretor de Comunicação e Marketing Institucional da Fundação Banco do Brasil.

Hoje: Com sua equipe cuida de todo os processos de comunicação, marketing e relacionamento da Fundação Banco do Brasil.

Objetivo: Consolidar a imagem da fundação como instituição inovadora e com credibilidade junto aos seus públicos. Concretizar programas na área de geração de trabalho e renda.

"O mais importante que fazemos: nosso diálogo permanente com os funcionários e aposentados do BB"

Perfil do profissional de comunicação empresarial:

Deve promover a articulação e o relacionamento da organização, sua visibilidade e credibilidade institucional.

Mensagem: É fundamental que as organizações definam uma intervenção social que tenha início, meio e fim, e que, principalmente, tenha resultados concretos de transformação, e ainda, que caminhem na direção da sustentabilidade, gerando desenvolvimento e inclusão social.

Hobby: Leitura e a companhia dos amigos.

