



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Diretor-presidente
Paulo Nassar

Conselho Deliberativo
Presidente
Rodolfo Guttilla

Vice-presidente
Eraldo Carneiro

Conselheiros
Elisa Prado
Gilberto Galan
Jean-François Hue
José Eustáquio Oliveira de Souza
Luiz Fernando Brandão
Newton Galvão

Conselho Fiscal
José Eduardo Gonçalves
Maria Alice Paoliello Lindenber
Rosângela dos Santos Coelho

Capítulos Regionais
Amazonas: Ulisses Tapajós
Cidade de São Paulo: Márcio Polidoro
Distrito Federal: Carlos Alberto Barretto de Carvalho
Espírito Santo: Carminha Corrêa
Minas Gerais: José Eustáquio Oliveira de Souza
Paraná: Elói Zanetti
Rio de Janeiro: Paulo Henrique Soares
Rio Grande do Sul: José Paulo Soares Martins
Santa Catarina: Rosângela Santos Coelho
São Paulo – Interior: Augusto Rodrigues

comunicação
EMPRESARIAL

REVISTA BRASILEIRA DE
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
Ano 15 – Nº 56 – 3º trimestre de 2005
Publicação trimestral da ABERJE

Jornalista Responsável
Nara Damante (MTb 21.151)

Avenida Angélica, 1757, 12º and. Higienópolis
CEP 01227-200 São Paulo – SP
Tel. (0XX11) 3662-3990
E-mail: aberje@aberje.com.br
URL: <http://www.aberje.com.br>

Diretor/Editor
Paulo Nassar – paulonassar@uol.com.br

Editora-executiva
Nara Damante – ndamante@uol.com.br

Editor-adjunto
Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior
– caldasjunior@terra.com.br

Diagramação
Rico Lins + Studio

Publicidade
Anna Chala – anna@aberje.com.br
Tel. (0XX11) 3662-3990

Colaboraram nesta edição
Ciro Dias Reis, Clayton Melo, Flavia Vígio,
Jorge Duarte, Laila Vanetti, Luiz Eduardo
Valente, Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior,
Mateus Furlanetto, Olga Curado, Paulo
Nassar, Pedro Cadina, Pollyana Ferrari e
Rubens Naves.

Impressão
Assessoria gráfica: Thyl Produção Gráfica
Impressão: Supergráfica

Capa e ilustrações
Carvall – carvall@uol.com.br

As opiniões expressas pelos entrevistados e
articultistas não refletem necessariamente
a opinião da ABERJE.

ARTO DO EDITOR

Com seminários, palestras de estudiosos internacionais, cursos e publicações, entre elas a revista Comunicação Empresarial, a ABERJE tem estimulado o conceito da comunicação integrada e ética visando melhorar o relacionamento das organizações com seus diversos públicos. Se as empresas estão dando o exemplo e fazendo sua lição de casa ao investir para que a comunicação seja uma ferramenta fundamental para a gestão, o governo federal parece não ter atentado para o fato. Desde o início da campanha de Lula ficou patente que a visão marqueteira predominava. Após a posse, o setor de comunicação acompanhou com expectativa a montagem da estrutura comunicacional do novo governo, mas o que se vê neste momento de crise é um despreparo para enfrentá-la. Faltou para o governo cultura em comunicação, num momento em que se discute credibilidade. Especialistas recomendam rever os erros, abandonar a ilusória prática única da propaganda para construção, defesa e manutenção da imagem e dar lugar para uma visão estratégica da comunicação.

Boa leitura!

Paulo Nassar

S U M Á R I O

IMAGEM –	Ciro Dias Reis	04
INTERATIVIDADE –	Pollyana Ferrari	06
ARTIGO –	Olga Curado	10
AGÊNCIAS –	Pedro Cadina	12
CASE –	Flavia Vígio	14
MEDIA TRAINING –	Jorge Duarte	18
CAPA –	A comunicação do governo federal	21
PESQUISA –	Jornalistas reprovam presidente Lula	28
SUSTENTABILIDADE –	Rubens Naves	33
PERSONALIDADES DA COMUNICAÇÃO –	Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior	35
SABER ABERJE –	Laila Vanetti	39
BIBLIOTECA –	Paulo Nassar	42
RESUMO ABERJE –	Mateus Furlanetto	44
CONFERÊNCIA –	IABC	45
SEXTANTE –	Luiz Eduardo Valente	46