

# Os eleitos

Exemplos de comunicadores em todo o Brasil revelam projetos e lições para o sucesso profissional

## Adevani Cristina Rotter

**Formação:** Relações Públicas com pós-graduação em Marketing

**Atividade:** Sócia fundadora e diretora-geral da Ação Integrada, agência de Comunicação Empresarial especializada em público interno, que presta consultoria e assessoria a grandes e médias empresas.

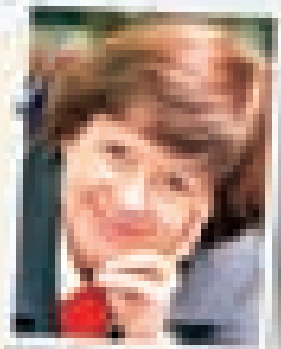
**Hoje:** O crescimento da Ação Integrada, com solidez, consistência e com seus valores – agilidade, flexibilidade, pró-atividade, envolvimento e espírito de equipe. E as pessoas que fazem a empresa: bom astral, energia, jovialidade, integridade e responsabilidade.

**Principal desafio:** Como a Ação está crescendo, fazer com que os valores da Ação (empresa) e os valores da Gente da Ação (pessoas) sejam os

*“É preciso agir com muita responsabilidade para que a credibilidade da Comunicação Empresarial, que vive um bom momento, seja perene.”*

próprios valores pessoais e profissionais de todos da equipe.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** Saber sensibilizar a alta administração do cliente de que é preciso muito mais do que um cartaz bonito para falar com o público interno. É preciso ter assertividade, verdade e constância.



**Mensagem:** “Este é o melhor e mais promissor momento para a comunicação empresarial, em que os executivos e empresários estão percebendo o grande valor estratégico.”

**Hobby:** Conhecer novos lugares com as crianças – Thomas, 9 anos, e Isabella, 4 – e o marido.

## Cássia Cinque

**Formação:** Relações Públicas com pós-graduação em Marketing

**Atividade:** Gerente-geral de Comunicação e Relações Institucionais da Minerações Brasileiras Reunidas (MBR), uma empresa da Companhia Vale do Rio Doce dedicada à mineração de ferro.

**Hoje:** Trabalha o posicionamento da empresa em Costa Verde, região fluminense onde se localiza o porto privado de embarque do minério de ferro oriundo de Minas Gerais.

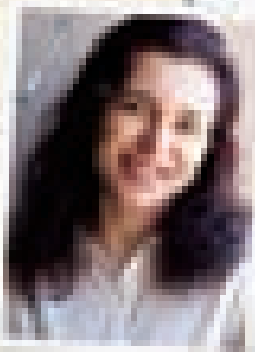
**Principal desafio:** O desafio constante do profissional de Comunicação é inserir a disciplina nos processos empresariais desde o começo, de maneira que seja estratégico para as áreas alcançar seus objetivos.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** Municar os dirigentes com instrumentos adequados para tratar com os diversos públicos de interesse, além de ser o facilitador no processo de diálogo com a comunidade em que a empresa está inserida.

**Mensagem:** “Apesar de todos os avanços tecnológicos, a Comunicação só é eficiente quando feita artesanalmente, para cada público, construída sob medida e com a alma inserida em cada ação.”

**Hobby:** Fotografia, especialmente das filhas, Beatriz, 7 anos, e Helena, 2.

*“Comunicação empresarial é pensar o todo através das partes. Ou seja, a empresa a partir da influência e interesse dos diversos stakeholders do negócio.”*



FOTOS: ALEXANDRA SIMÕES

## Nádia Rebouças

**Formação:** Sociologia, Pedagogia, Marketing e Comunicação

**Atividade:** Diretora-geral da Rebouças & Associados, consultoria de Comunicação para transformação, que trabalha com pesquisa, diagnóstico e planejamento.

**Hoje:** Projetos de transformação por meio da Comunicação Corporativa ou Comunicação Face a Face em grandes empresas. E também faz projetos de Responsabilidade Social, além do trabalho voluntário para transformação de valores e comportamento usando a propaganda.

**Principal desafio:** Trabalhar para que a Comunicação seja percebida como fundamental e estratégica nas organizações e favoreça o desenvolvimento humano. E também influenciar estudantes de Comunicação e publicitários para uma maior responsabilidade em nosso trabalho.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** Comunicação produz conexões na sociedade e, em círculos, produz a transformação, que é vida, a própria evolução humana. A Comunicação inventa o futuro. Dentro das organizações, é responsável por criar valor para as pessoas.

**Mensagem:** “Estamos num momento ótimo para a Comunicação, em que aumenta a consciência de seu papel estratégico. Nossas escutas de empregados, de vários tipos de organização, nos mostram que sem uma comunicação aberta, planejada e estratégica não há como evoluir nos negócios e nem na gestão de organizações governamentais.”

**Hobby:** Atividades culturais: ler e escrever, de artigos a contos. Brincar com os netos – uma menina de 4 anos e um menino de 2. E cozinhar, “o que ninguém acredita”.



*“Onde há comunicação, há vida, como acontece na própria natureza.”*

## Cristiane Melitto Valério

**Formação:** Jornalista pelo Instituto Metodista de Ensino Superior

**Atividade:** Supervisora de Comunicação Unimed do Brasil, Confederação Nacional das Cooperativas Médicas, cooperativismo médico e assistência privada à saúde.

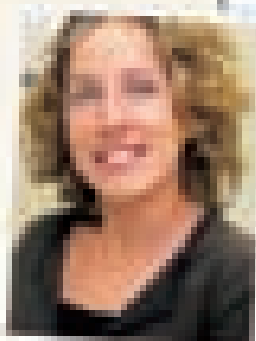
**Hoje:** Agência Unimed de Notícias, canal de comunicação on-line, que integra a comunicação das 378 cooperativas Unimed e estabelece uma ponte com os jornalistas de redação.

**Principal desafio:** Consolidar a política de comunicação da Unimed do Brasil, reforçar seu papel político-institucional e sua credibilidade perante seus públicos e opinião pública. E estreitar o relacionamento da Unimed do Brasil com as 378 cooperativas médicas, na busca de mecanismos mais eficientes de exposição da marca Unimed.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** Criar a consciência de que a Comunicação é uma ferramenta de gestão fundamental para a criação de valores e desenhar a alma e a personalidade da empresa na cabeça dos públicos do negócio.

**Mensagem:** "É fundamental que as organizações encarem a Comunicação como uma área estratégica, por meio da qual irá criar ações de relacionamento com todos os seus públicos-alvos, construindo consciência e credibilidade em torno de sua marca e imagem institucional."

**Hobby:** Praticar esportes – corrida, spinning e power-yoga – e ir à praia.



## Adriana Fernandes Vieira

**Formação:** Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

**Atividade:** Sócia proprietária da Intermídia Comunicação Integrada, diretora da divisão de Comunicação Corporativa e Marketing.

**Hoje:** A modernização tecnológica dos processos da empresa, que passarão a ser integrados e focados na eficiência e mensuração qualitativa dos resultados obtidos, análise de processos internos etc., para oferecer, cada vez mais, serviço mais ágil a um custo menor, com maior satisfação dos nossos colaboradores.

**Principal desafio:** Consolidar a estrutura interna para que as equipes trabalhem com autonomia de decisão e ação e iniciar uma nova divisão: a de Comunicação Corporativa Digital (blogs, e-news de relacionamento das empresas com seus consumidores), além de ampliar nossa atuação na área de Gestão de Crises.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** Atuar como articulador e estrategista, com foco na reputação positiva de imagem da empresa no mercado, mas que precisa ainda ter foco diário na conquista e manutenção do relacionamento ético, próximo, planejado e transparente entre a organização e seus públicos de interesse, que não se limitam ao consumidor ou à imprensa, mas se estendem à comunidade em geral.

**Mensagem:** "Acredite no que você faz e faça sempre aquilo em que você acredita. Mais do que um lema, é estímulo que me faz prosseguir e nunca parar de sonhar em construir um mundo melhor."

**Hobby:** Viagem, leitura e cinema.



*"A Comunicação no Sistema Unimed tem três pilares propostos como lema: informar, formar e transformar."*

*"Podemos e devemos fazer a diferença com a Comunicação, com nosso trabalho, nessa era de transição e caos global!"*

## Sidemberg Rodrigues

**Formação:** Gestão de Empresas

**Atividade:** Gerente de Comunicação, Imagem e Responsabilidade Social da CST – Arcelor Brasil, empresa de Siderurgia.

**Hoje:** O projeto de expansão da produção da companhia exige um conjunto volumoso de ações de Comunicação, interna e externa.

**Principal desafio:** A integração das unidades brasileiras do Grupo em termos de Comunicação. Há excelência em cada planta e é preciso atenção para não haver perdas. Uma empresa global pode ser múltipla nas competências e unificada na visão, mas a sinergia deve ser harmoniosa para multiplicar a excelência.

**Perfil do profissional de Comunicação Empresarial:** O papel do comunicador, mais do que informar, é educar para a sustentabilidade. O profissional deve também "potencializar o tráfego da boa informação nas vias circulatórias da organização para oxigenar o cérebro administrativo e expandir

a consciência corporativa em direção à visão holística e espiritual da empresa e da vida como um todo".

**Mensagem:** "O desenvolvimento sustentável vem da interação de seis dimensões: econômica, ambiental, social, política, cultural e espiritual. Qualquer projeção empresarial deve ser decorrência do reconhecimento, interno e externo, de ações nesses âmbitos."

**Hobby:** Inspirar talentos. Também gosta de jogar capoeira e futebol, especialmente com os filhos, Ana Carolina, 5 anos, e Enzo Eduardo, 3. Viveria com a família numa praia ensolarada; ler e escrever, tocar piano e compor; fazer esculturas; filmar, mexer com a terra; ir ao cinema e conversar com pessoas inteligentes.

*"A credibilidade está na verdade e na ação real, assim como a sabedoria comunicacional está no cultivo da reputação. Fora disso, tudo não passará de uma imagem oca, insustentável, por maiores que sejam os investimentos."*

