

ABERJE empossa Conselho Consultivo

Primeiro encontro do grupo discutiu a construção de valor por meio da comunicação.

Alberto Augusto Perazzo (presidente-executivo da Fides), Carlos Vogt (presidente da Fapesp, vice-presidente da SBPC e coordenador do Labjor), Edson Vaz Musa (presidente da Caloi e membro do conselho da Natura, da Weg e da J.Macedo), Eugênio Bucci (presidente da Radiobrás), Firmin Antônio (presidente e fundador da Accor Brasil), Horácio Lafer Piva (membro do conselho de administração da Klabin), Jorge Cajazeira (presidente do Comitê Mundial da ISO 26.000 – Responsabilidade Social), José Eduardo Gonçalves (escritor e sócio-diretor da Conceito Comunicação Estratégica), José Guimarães Monforte (presidente do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa-IBGC), Margarida Maria Krohling Kunsch (professora titular da ECA/USP e coordenadora do curso de Relações Públicas), Maria Alice Paoliello Lindenberg (assessora de comunicação empresarial da Rede Gazeta do Espírito Santo), Pedro Luiz Barreiros Passos (co-presidente do Conselho de Administração da Natura), Renato Janine Ribeiro (professor titular de ética e filosofia política da USP e diretor de avaliação da Capes), Rubens Naves (sócio da

Rubens Naves – Santos Jr. Advogados e presidente da Fundação Abrinq), Ruy Martins Altenfelder Silva (presidente do Centro de Estudos Estratégicos e Avançados do Ciesp e superintendente da Fundação Bunge), Sidnei Basile (diretor secretário-editorial da Editora Abril) e Wilson Ferreira Junior (diretor-presidente da CPFL Energia) passam a integrar o novo Conselho Consultivo da ABERJE.

Com esse time experiente e consagrado, a ABERJE pretende consolidar sua vocação multidisciplinar e agregar idéias à sua prática de oferecer excelência nos conhecimentos da comunicação organizacional.

Os conselheiros foram escolhidos para um mandato de três anos, com direito à reeleição, conforme previsto no estatuto da ABERJE. A primeira reunião do conselho foi realizada no dia 10 de novembro, no Hotel Grand Hyatt, em São Paulo. Rodolfo Guttilla, presidente do Conselho Deliberativo da ABERJE, abriu a reunião apresentando a Carta de Ouro Preto, que define os eixos estratégicos de atuação, como governança corporativa, desenvolvimento de processo e pessoas, conhecimento e inovação, relacionamento institucional, internacionalização e

regionalização e comunicação. As datas dos próximos encontros do Conselho Consultivo serão 25 de maio e 28 de setembro de 2006.



FOTO: André Conti

Primeira reunião do Conselho Consultivo da ABERJE

Paulo Nassar, diretor-presidente da ABERJE, convidou os novos conselheiros a debater o tema Construção de valor por meio da comunicação, lembrando que no início das atividades da ABERJE, em 1967, o perfil do comunicador era de produtor de mídias. E que coube à entidade questionar esse modelo *taylorista* ao longo das últimas quatro décadas. “O comunicador começa agora a migrar para o papel de educador e não só de mero transmissor de informações nas organizações. É a mudança do tático para o estratégico. E, dentro disso, o profissional atua como Ser Político na medida em que ajuda a criar e operar as macropolíticas da empresa”, afirmou Nassar.

Conheça as idéias de alguns de nossos conselheiros

“Acredito que o valor é feito pelo produto do resultado da empresa por uma constante, que é muito variável de uma organização para outra. E quem faz esse múltiplo é a comunicação. Ele é composto pela forma como o mercado percebe a empresa e pela sua capacidade de fazer resultado no futuro. Mais de 80% do valor de uma empresa são valores intangíveis. E se antes o mercado financeiro dava crédito olhando balanços, hoje o próprio BNDES está verificando a capacidade da empresa de criar e mostrar valores intangíveis.”

Edson Vaz Musa
Presidente da Caloi

“A comunicação é a maior arma estratégica que pode haver atualmente para uma empresa e talvez seu maior desafio. É mais que acesso a recursos financeiros e tecnológicos. O domínio dessa ferramenta é mais complicado que qualquer outra função. Daí a importância do engajamento do líder nessa atividade. As empresas são muito valorizadas como pagadoras de impostos, mas os empresários devem se posicionar na mídia mostrando que elas são os mais potentes órgãos de inclusão social.”

Firmin Antônio
Presidente da Accor Brasil

“A comunicação é uma grande força motriz. Nossa sociedade midiática nos obriga a criar a compreensão do valor da informação e da sua transformação para a compreensão das mensagens. Quem sabe se posicionar na mídia está mais perto do sucesso. Mas diante de tanta informação, a sociedade estará mais cética e prestará mais atenção na qualidade dos emissores. Cabe à ABERJE fornecer as bases para essa consistência.”

Horácio Lafer Piva
Membro do conselho de administração da Klabin

“A população tende a acreditar mais nas organizações civis. E, assim, os grandes desafios que se impõem para o conhecimento no mundo contemporâneo são o tecnológico (como transferir riquezas), ecológico (como garantir condições de vida no planeta) e ético/social (como obter e difundir conhecimentos úteis e utilitários).”

Carlos Vogt
Presidente da Fapesp

“Diante de um mundo de diversidade, o papel da comunicação é tentar tornar os conflitos mais palatáveis. A comunicação tem atributos que podem favorecer essa atividade como instância capaz de agregar outras formas de conhecimento e identificar caminhos para as organizações, como a prática da tolerância e entendimento das demandas para construir ambientes leves, comunidades mais solidárias e empresas mais eficazes.”

José Eduardo Gonçalves
Escritor

“A comunicação vem sofrendo uma revolução produtiva e evolutiva nos últimos anos e a ABERJE tem papel preponderante nisso. As empresas começam a mostrar-se de dentro para fora, exibindo seus verdadeiros valores, aqueles que ela traz intrínsecos. Os valores fictícios, trazidos de fora para dentro, simplesmente passam. É importante assumir os valores de empresa-cidadã e instituir critérios para apoiar partidos e candidatos, por exemplo.”

Ruy Martins Altenfelder
Presidente do Centro de Estudos Estratégicos e Avançados do Ciesp

“Quando há um sistema econômico de desemprego, a construção de valores éticos fica complicada. Calcula-se que mais de 50% dos jovens estão sem emprego. Que futuro teremos? Podemos divergir em muitos aspectos, mas os ideais básicos não estão sendo minimamente concretizados. Há chance de quebrar desigualdades com novas ferramentas e a internet é fundamental nisso por propiciar acesso a conteúdos.”

Renato Janine Ribeiro
Diretor de avaliação da Capes

“Se por um lado temos que construir valor, fazer comunicação mostra um lado intangível e a complexidade social, que não é muito diferente do que acontece na sociedade. A valorização das empresas é um grande desafio. E a ABERJE tem a missão de ir além do mundo corporativo, serve de ponte junto à sociedade civil para debater os grandes temas nacionais.”

Margarida Kunsch
Professora titular da ECA/USP