

# Personas reais

*A importância da função cresce na proporção direta em que aumenta a consciência das pessoas sobre o significado de uma vida equilibrada. O conceito difunde-se entre os comunicadores e comunicadoras de todo o Brasil.*

Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior \*

FOTOS: DIVULGAÇÃO



ELIEL CARDOSO - Dow Brasil - The Dow Chemical Company

## Ajudar o mundo a ser melhor

Eliel é diretor de assuntos corporativos da Dow, empresa química e petroquímica. É jornalista formado pela Universidade Metodista de Piracicaba (SP). “Comecei a me virar muito cedo, por conta da inquietação dos sagitarianos. Gosto de me relacionar com tudo e com todos. Meu primeiro trabalho foi uma banca de revistas que montei em frente à minha casa, e que dava como brinde um copo de limonada para quem passava na rua. Eu tinha oito anos e morava em Franca (SP). Vendia revistas usadas, mais pela argumentação do que pelo produto”. O departa-

mento de assuntos corporativos da Dow engloba a assessoria de imprensa, imagem institucional, comunicação interna, projetos de responsabilidade social e relações governamentais. “Para mim 2005 foi de aprendizado da indústria, um mundo novo. Felizmente encontrei grande cooperação da equipe e colegas. É difícil melhorar ainda mais as atividades numa empresa como a Dow, que prima pela qualidade e excelência. Espero poder contribuir”. O papel da comunicação empresarial “é comunicar. Somos especialistas, temos habilidades, traduzimos o

intraduzível, tornamos acessíveis informações difíceis. Adaptamos o que precisamos comunicar às linguagens. Ninguém vive sem a comunicação - bem feita, o que faz toda a diferença”.

**Mensagem do Eliel:** “Reinvente-se, evolua sempre, não se acomode. Acredite que tudo pode mudar e nada é permanente. Trabalhe com paixão e excelência. Sempre haverá espaço para profissionais motivados, que primam pelos relacionamentos, para quem não teme mudanças, e busca dar o melhor de si para si mesmo e para os outros”.



VARDA KENDLER - Telemig Celular e Amazônia Celular

## Celebração, integração e orgulho de fazer parte

Coordenadora de comunicação empresarial da Telemig Celular e Amazônia Celular, empresa de telecomunicações, mais especificamente de telefonia móvel, Varda está há cinco anos na empresa. Trabalha com três funcionários diretos e coor-

dena o trabalho de mais cinco jornalistas, em quatro assessorias (MG, PA, RR, AM, MA) e mais de 50 pessoas, do grupo gestor da intranet. Reporta-se a um gerente de comunicação e educação empresarial, que está ligado à diretora de desenvol-

vimento humano e empresarial. Graduada em comunicação social, publicidade e propaganda, pela PUC/MG, tem pós-graduação em marketing pela FGV e em comunicação e gestão empresarial pela PUC-IEC. No seu departamento está envolvi-

da em atividades como a intranet; um jornal semanal; campanhas; eventos; monitoramento de clima organizacional; ações promocionais; apoio às ações de comunicação gerencial e suporte ao branding da empresa. Sobre o papel político do profissional de comunicação empresarial, Varda acredita que “ele deve ter

competências e conhecimentos não só da sua área de atuação, mas uma visão mais ampla da gestão do negócio e da gestão das pessoas. Deve atuar de forma estratégica, contextualizando os esforços de comunicação aos diversos públicos e âmbitos da companhia”.

**Mensagem da Varda:** “A atu-

ação do profissional de comunicação empresarial está cada vez mais abrangente e complexa. A todo o momento é preciso buscar diferentes soluções, para os diferentes e mutantes públicos e contextos, acompanhando uma sociedade movida a competitividade, imediatismo e um enorme leque de mídias e tecnologias”.

## ANDRÉ CALDEIRA – Grupo Positivo

### Abaixo a preguiça!

André é diretor de marketing e comunicação do Grupo Positivo, um dos maiores grupos de educação do País, com atuação também nas áreas gráfico-editorial e de tecnologia, com mais de quatro mil funcionários. É formado pela Universidade Federal do Paraná e tem MBA em marketing. Com 30 anos decidiu-se por um período sabático, de dois anos, e foi estudar marketing na UCLA, nos Estados Unidos. Está no Positivo há dois anos e meio, tem uma equipe de 52 profissionais e está

ligado diretamente ao presidente do grupo, professor Oriovisto Guimarães. Seu desafio atual é posicionar o Positivo como uma marca nacional, desvinculando-a de qualquer regionalismo. Para isso, trabalha para sedimentá-la e dar-lhe visibilidade em âmbito nacional, nas suas três áreas de atuação. André é responsável por todas as etapas do processo de comunicação do Grupo. Desde o planejamento estratégico e suas políticas até a definição das ações e das ferramentas que serão usa-

das. André gosta de cinema e de ler. A propósito, indica como leitura “E se Aristóteles dirigisse a GM?”, de Tom Morris, pela Editora Campus, para quem se preocupa em obter a excelência nos negócios em longo prazo e em buscar a experiência da felicidade pessoal no trabalho, numa época turbulenta e repleta de desafios.

**Mensagem do André:** “Abaixo a preguiça! Muito trabalho, mas sem perder a atenção no equilíbrio e no desenvolvimento pessoal”.



## KARLA DE MELO - Rio Doce Manganês

### Patrimônio da credibilidade

Gerente corporativa de comunicação de empresas controladas pela Companhia Vale do Rio Doce e ligadas à Diretoria de Manganês e Ligas: Rio Doce Manganês, presente na Bahia, Minas Gerais e Pará; da Urucum Mineração, em Corumbá (MS); da Rio Doce Mangêse Europe, de Dunkerque (França); e da Rio Doce Manganese Norway, de Mo i Rana (Noruega). Trata-se

de uma empresa de mineração de manganês e produção de ferroligas de manganês. Formada em comunicação social com habilitação em relações públicas pela Unifas de Salvador (BA), com MBA em gestão de negócios e marketing pela ESPM, cursa pós-graduação em gestão de comunicação empresarial pela PUC Minas (projeto em parceria com a universidade corporativa Valer

– CVRD). O principal trabalho que está dirigindo é o “projeto ‘Jumelage’, que significa tornar gêmeos, em francês, e simboliza a aliança cultural e econômica entre cidades distintas, mas complementares: Corumbá (MS), no Brasil, e Dunkerque, na França”. Sua área é responsável pelos processos de comunicação interna e com comunidades, relacionamento com a imprensa,



publicidade e gestão de marca, eventos e feiras, gestão de situações críticas.

**Mensagem da Karla:** “É preciso saber, conhecer e dominar

as estratégias de comunicação, comprovar seus resultados para a empresa e, efetivamente, construir uma cultura de comunicação organizacional. Valorizar

primeiro a atividade e depois o profissional. Nós mesmos podemos fomentar o mercado, por meio de um trabalho competente e consistente de comunicação”.



CARLA SIQUEIRA LIMA DE ALCÂNTARA - Poupex

Carla é chefe do Centro de Comunicação Social da Poupex, uma financeira, nas áreas de consórcio (auto, eletroeletrônico, imóvel, turismo), empréstimos e financiamentos, poupança e seguros. Formada em comunicação social (jornalismo) pelo Centro de Ensino Unificado de Brasília (UniCEUB), tem duas pós-graduação em marketing, pela Fundação Getúlio Vargas, e em recursos humanos, pela Associação de Ensino Unificado do Distrito Federal (Aeudf). É responsável por desenvolver

### Paixão pelo que faz

ações nas áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda. Seu principal projeto hoje é a campanha publicitária da poupança, principal produto da associação, que está no Distrito Federal, Ceará e Rio Grande do Sul. E como objetivo de mais longo prazo, divulgar a poupança em âmbito nacional, torná-la conhecida em todo o Brasil e contribuir para aumentar a venda dos produtos e aperfeiçoar a imagem da empresa junto ao público-alvo preferencial, os militares, e junto à população em geral.

**Mensagem da Carla:** “O profissional de comunicação tende a ser um apaixonado pelo que faz. E amor, entusiasmo, sensibilidade, determinação e objetividade, além de inteligência e sabedoria, são características fundamentais para os comunicólogos que querem influenciar e persuadir pessoas. Assim, para aqueles que desejam abraçar essa profissão, fica a minha dica do perfil psicológico que considero ser fundamental para o sucesso profissional na área”.




CARLOS VICTOR COSTA - White Martins

### Canais abertos

Gerente de comunicação da White Martins, empresa que produz e comercializa gases industriais e medicinais, começou a trabalhar como estagiário na Shell, aos 20 anos. Hoje tem oito funcionários sob sua responsabilidade e está ligado ao vice-presidente de recursos humanos da companhia. Graduado em comunicação social (publicidade) pela UFRJ, com pós-graduação em marketing e em administração de serviços. No seu dia-a-dia, Carlos Victor atua na comunicação de marketing, institucional,

interna, on-line, gerenciamento de crises e responsabilidade social. Segundo ele, “a área de comunicação da White Martins cresceu muito nesses últimos três anos, e o principal desafio é manter o nível de qualidade e capturar, em métricas financeiras, o valor criado para a organização pelas atividades de comunicação”. Sobre a comunicação empresarial, Carlos diz que “qualquer empresa pode prescindir da comunicação, porém irá viver com muito mais dificuldades”. A comunicação

conecta a empresa, não a deixa isolada e necessita de uma equipe para traduzir todo o potencial. Já “o profissional de comunicação deve ter uma aguçada capacidade de harmonização dos diversos interesses da empresa e assessorar a alta gerência nesse campo de forças”.

**Mensagem do Carlos Victor:** “Em 2006, mais comunicação entre todos: famílias, funcionários e amigos. Só temos a ganhar mantendo os canais abertos”. 

(\*) Luiz Márcio Ribeiro Caldas Junior é escritor e editor.