

GUIA DO JURADO
PRÊMIO ABERJE 2006

32ª edição

ABERJE

Organização do Prêmio

ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

Telefone (11) 3662-3990 / e-mail: premio@aberje.com.br

Avenida Angélica, 1757 – 12º andar

01227-200 Higienópolis São Paulo SP

www.aberje.com.br

Todo o processo é auditado pela BDO Trevisan Auditores Independentes e acompanhado por Rubens Naves – Santos Jr – Hesketh – Escritórios Associados de Advocacia.

Conselhos ABERJE

Diretor - Presidente	
Paulo Nassar	ECA-USP
Conselho Deliberativo	
Presidente	
Rodolfo Witzig Guttilla	Natura
Vice - Presidente	
Eraldo Carneiro	Petrobras
Conselheiros	
Cláudia de Souza	Diageo Brasil
Elisa Prado	Vivo
Gilberto Galan	Galan & Associados
Jean-François Hue	Accor Brasil
José Eustáquio Oliveira de Souza	Gerdau Açominas
Luiz Fernando Brandão	Aracruz Celulose
Newton Galvão	Kraft Foods do Brasil

Capítulos Regionais		
Augusto Luís Rodrigues	CPFL Energia	São Paulo Interior
Carminha Corrêa	Central de Comunicação Corporativa	Espírito Santo
Eloi Zanetti	Eloi Zanetti & Associados	Paraná
José Paulo Soares Martins	Grupo Gerdau	Rio Grande do Sul
Márcio Polidoro	Odebrecht	Cidade de São Paulo
Marco Antonio Piquini	Fiat do Brasil	Minas Gerais
Paulo Henrique Leal Soares	Cia Vale do Rio Doce	Rio de Janeiro
Rosangela Santos Coelho	Embraco	Santa Catarina
Ulisses Tapajós	Flextronics	Amazonas
Conselho Consultivo		
Alberto Augusto Perazzo	Presidente da FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social	
Carlos Vogt	Presidente da FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo	
Edson Vaz Musa	Presidente do Conselho de Administração da Caloi	
Eugênio Bucci	Presidente da Radiobrás, jornalista e escritor	
Firmin António	Presidente e Fundador da Accor Brasil e Presidente da Accor Hotels na América do Sul	
Horácio Lafer Piva	Membro do Conselho de Administração da Klabin	
Jorge Cajazeira	Chairman da ISO 26000 e Diretor da Suzano Papel e Celulose	
José Eduardo Gonçalves	Jornalista e escritor, Diretor da Conceito Comunicação Estratégica	
José Guimarães Monforte	Presidente do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, IBGC	
Profa. Dra. Margarida M. Krohling Kunch	Professora Titular da Universidade de São Paulo / Escola de Comunicações e Artes	
Maria Alice Paoliello Lindenberg	Sócia-Proprietária e Executiva da Rede Gazeta Espírito Santo	
Pedro Luiz Barreiros Passos	Co-Presidente do Conselho de Administração da Natura Cosméticos e Presidente da Fundação Nacional da Qualidade	
Prof. Dr. Renato Janine Ribeiro	Professor Titular da Universidade de São Paulo e Diretor de Avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES	
Rubens Naves	Presidente da Fundação ABRINQ pelos Direitos da Criança e do Adolescente	
Ruy Altenfelder	Presidente do Centro de Estudos Estratégicos e Avançados do Centro das Indústrias do Estado de SP, CIESP	
Sidnei Basile	Diretor-Secretário Editorial e de Relações Institucionais da Editora Abril	
Wilson Ferreira Junior	Diretor-Presidente da CPFL Energia	

O Prêmio ABERJE é a vitrine da comunicação organizacional que destaca a importância da comunicação como fator decisivo para as organizações, na medida em que valoriza a imagem institucional e o próprio empreendimento.

Prezado (a) Jurado (a),

A ABERJE agradece, muito honrada com sua presença, sua disponibilidade para integrar o respeitabilíssimo corpo de jurados do Prêmio ABERJE. Sabemos que o trabalho é árduo e preparamos este Guia do Jurado, que traz orientações práticas, para auxiliar na avaliação e no julgamento dos trabalhos inscritos, concorrentes desta edição.

No foco, a excelência

Muito além da importância histórica, que já justificaria plenamente sua existência, o Prêmio ABERJE representa, em última análise, conhecimento. Pense bem, a cada edição do Prêmio, assim que a peleja se encerra, aquele conjunto de caixas, pastas, folhetos, papéis, se transforma em uma coleção do que de melhor se fez em Comunicação Organizacional no ano, as práticas das empresas mais importantes do Brasil. Tudo isso, na verdade, é informação, que passa a ser conhecimento a partir do momento em que você consulta, pesquisa, remexe esse rico acervo. Sim, todos os trabalhos vencedores do Prêmio ABERJE estão disponíveis, abertos à consulta pública e acessíveis às pessoas interessadas em entender e conhecer as soluções – conteúdo e forma, que as empresas e organizações adotaram para levar suas mensagens aos públicos e alcançar seus objetivos.

O Prêmio ABERJE se pauta em uma lógica absolutamente transparente, construída ao longo de quase 40 anos de trabalho da ABERJE, que plantou a semente da profissão de comunicador organizacional no Brasil. Tudo isso lhe assegura alguns atributos muito particulares e únicos e lhe confere o atributo da premiação profissional mais tradicional da área no país e o maior prêmio da Comunicação Organizacional da América Latina. Finalmente, como mais um forte atributo, todo o processo do Prêmio é auditado pela BDO Trevisan

Auditores Independentes e acompanhado por Rubens Naves – Santos Jr – Hesketh – Escritórios Associados de Advocacia. Além dessas características que o distinguem, o Prêmio ABERJE tornou-se importante experiência democrática e revelou-se um curso avançado de Comunicação Organizacional, afinal, durante todo o seu processo, têm-se os melhores profissionais da área, de todo o país, a defender em audiências públicas e a representar trabalhos das marcas mais importantes, o que forma um grande painel da atividade no Brasil, consideradas as características de cada região e as normas de cada categoria.

O Prêmio em 2006

A ABERJE realiza, em 2006, a 32ª edição do seu Prêmio, cujas inscrições foram abertas em 08/12/2005 e encerradas em 12/05/2006.

Participam do Prêmio ABERJE 2006 os trabalhos produzidos entre 1º de janeiro de 2005 e 28 de abril de 2006.

O trabalho é exaustivo, complexo e demanda uma enorme soma de recursos materiais e humanos. Os jurados convidados – profissionais de notório saber – dedicaram tempo e conhecimento na apreciação de cada um dos casos concorrentes, além de participar, posteriormente, das audiências públicas para deliberar suas conclusões.

O Prêmio ABERJE é conferido às Organizações, Instituições ou aos Órgãos Públicos, em benefício dos quais os trabalhos foram executados. O Prêmio ABERJE divide-se em fases: uma Regional (Centro-Oeste/Leste, Minas Gerais, Nordeste, Rio de Janeiro, São Paulo e Sul) e outra Nacional.

1ª etapa: escolha dos finalistas do Prêmio ABERJE Regional

Todos os trabalhos são avaliados pela Comissão Julgadora Regional, integrada por profissionais de notório saber na área de comunicação. Dentre eles, em cada categoria, os três que obtiverem a maior média de pontos serão escolhidos como finalistas e participam da próxima etapa.

2ª etapa: Prêmio ABERJE Regional

Os responsáveis pelos trabalhos finalistas comparecem à , na presença da Comissão Julgadora do Prêmio Regional, para apresentar a defesa de seus trabalhos. Os vencedores do Prêmio ABERJE Regional classificam-se automaticamente para o Prêmio ABERJE Brasil, em suas respectivas categorias.

3ª etapa: Prêmio ABERJE Brasil

Os responsáveis pelos trabalhos vencedores da etapa regional, em cada categoria, comparecem à na presença da Comissão Julgadora do Prêmio ABERJE Brasil, para apresentar a defesa de seus trabalhos.

Ombudsman

Em 2006, a ABERJE introduziu mais uma novidade no seu Prêmio: a figura do ombudsman, cuja função é representar, com independência, o participante do Prêmio na ABERJE. Foi convidado Roberto de Castro Neves, formado em Direito com Doutorado em Direito Público e em Administração pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Em sua carreira ocupou posições nas áreas de marketing, comunicação, relações com governo, relações com a imprensa, relações com a comunidade e recursos humanos. Críticas e sugestões referentes ao Prêmio ABERJE devem ser encaminhadas para ombudsman@aberje.com.br .

Missão do Ombudsman:

Administrar um canal de relacionamento e comunicação entre os organizadores e participantes do Prêmio objetivando transformar sugestões, críticas e reclamações em aperfeiçoamento dos processos e da qualidade do Prêmio.

Objetivos:

- Catalisar idéias, dinamizando –as;
- Melhorar a qualidade do Prêmio;

- Reforçar a credibilidade;
- Representar o participante;
- Criticar processos, critérios, formatos etc.

Processo:

- Análise inicial da manifestação quanto à urgência, complexidade, aplicabilidade (custo, bom-senso, razoabilidade, valor agregado etc);
- Resposta ao manifestante em 72 horas informando: (1) aceitação da sugestão, crítica ou reclamação; ou (2) negação e razões da negativa; ou (3) estimativa de quando poderá ser respondida a manifestação.
- No caso (3) acima, retornar ao manifestante no prazo anteriormente informado com uma resposta ou com a comunicação de uma nova estimativa.

Prêmios Especiais

Os Prêmios Especiais podem ser concedidos às empresas, personalidades e mídias que tenham se destacado no ano de 2005.

Um júri especial, integrado pelos Diretores dos Capítulos regionais ou comitê especial de premiação regional e pela diretoria da ABERJE, será responsável pela eleição da:

- Empresa do Ano em Comunicação Empresarial Regional, reconhecimento conferido à empresa finalista do prêmio que tiver se destacado no ano por seu tratamento à comunicação como área estratégica de resultados em sua região;
- Personalidade do Ano em Comunicação Empresarial Regional, reconhecimento conferido ao profissional de comunicação que tiver se destacado no ano, por seu trabalho e dedicação à área da comunicação empresarial em sua região;
- Prêmio Mídia do Ano em Comunicação Empresarial Regional, modalidades: Jornal, Revista, Rádio, Televisão e Mídia Especializada;

- Prêmio Mídia do Ano em Comunicação Empresarial Brasil, modalidades: Jornal, Revista, Rádio, Televisão e Mídia Especializada.

Um júri especial, integrado pelos diretores e membros do Conselho da ABERJE, será responsável pela eleição da:

- Empresa do Ano em Comunicação Empresarial - Grand Prix Brasil. Concorrem a este prêmio as empresas vencedoras das etapas regionais do Prêmio Empresa do Ano;
- Prêmio Mídia do Ano em Comunicação Empresarial Brasil nas modalidades Jornal, Revista, Rádio, Televisão e Mídia Especializada.

O Prêmio ABERJE, ao reconhecer anualmente as melhores práticas da comunicação, incentiva, destaca e difunde a importância e o peso estratégico da comunicação para as organizações no Brasil. Ao mesmo tempo, valoriza a imagem institucional da empresa e dos profissionais que nela atuam.

Prêmio

As empresas vencedoras do Prêmio ABERJE recebem troféus prateados (Regionais) e dourados (Nacional). As empresas finalistas recebem troféus específicos, prateados (Regionais) e dourados (Nacional). As agências, assessorias e produtoras responsáveis pela produção dos materiais inscritos, vencedoras ou finalistas, são formalmente reconhecidas por sua participação por meio de diplomas. Os trabalhos vencedores das categorias do Prêmio ABERJE Regional e Brasil participam da revista do Prêmio ABERJE, que sintetiza os trabalhos vencedores.

Categorias do Prêmio ABERJE

Gestão de Comunicação e Relacionamento

1. Campanha de Comunicação de Marketing
2. Campanha de Comunicação Integrada
2. Eventos Especiais
4. Relacionamento com a Imprensa
5. Relacionamento com o Público Interno
6. Relacionamento com Investidores ou Cooperados
7. Relacionamento com a Comunidade
8. Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial

Mídias

A. Impressa

1. Boletim Externo
2. Boletim Interno
3. Jornal Externo
4. Jornal Interno
5. Jornal Mural
6. Publicação Especial
7. Revista Externa
8. Revista Interna

B. Eletrônica

1. Vídeo de Comunicação Externa
2. Vídeo de Comunicação Interna

C. Digital

1. Hot Site
2. Internet
3. Intranet
4. Newsletter Digital
5. Portal Corporativo

Processo de Julgamento e Conduta

O processo de escolha dos trabalhos vencedores deverá obedecer às etapas de classificação dos trabalhos e escolhas dos finalistas, julgamento e premiação, nos termos estabelecidos pelo regulamento do Prêmio ABERJE 2006. Os trabalhos vencedores dos Prêmios Regionais concorrerão ao Prêmio ABERJE Brasil, em suas respectivas categorias.

Desclassificação

Serão desclassificados os trabalhos que:

- a) Forem inscritos em Região que não corresponda ao local de origem da empresa ou execução do trabalho;
- b) Não se enquadram no objetivo do Prêmio ABERJE;
- c) Forem inscritos em mais de uma Região;
- d) Forem inscritos em mais de uma categoria;
- e) Não tenham sido produzidos entre 1º de janeiro de 2005 e 28 de abril de 2006;
- f) Forem entregues em desacordo com o formato estabelecido no regulamento do Prêmio – item III. 4;
- g) Forem encaminhados sem Ficha de Inscrição;
- h) Tenham sido o único inscrito na sua categoria, na respectiva região.

1ª. Etapa – Classificação dos Trabalhos e Escolha dos Finalistas

Nesta etapa, todos os trabalhos são avaliados pelos jurados. Os três projetos com maior média de pontos, depois de computadas as notas individuais atribuídas pelos jurados, são indicados como finalistas para participar da próxima etapa. Para isso os jurados têm que:

1. Avaliar se a Categoria para a qual você foi designado, para avaliação, está de acordo com a sua experiência profissional; caso a

categoria não corresponda à sua formação e experiência, informar à Comissão Julgadora;

2. Atribuir notas a todos os trabalhos inscritos e não desclassificados;

3. Avaliar os trabalhos da categoria sabendo que será respeitada a escolha da empresa de ter o seu trabalho avaliado nos critérios da categoria citada na ficha de inscrição não sendo permitido transferência de categoria pelos jurados.

A triagem das etapas regionais acontecerá nas cidades de São Paulo (Prêmio ABERJE São Paulo e Nordeste), Rio de Janeiro (Prêmio ABERJE Rio de Janeiro), Vitória (Prêmio ABERJE Centro-Oeste/ Leste), Belo Horizonte (Prêmio ABERJE Minas Gerais) e Curitiba (Prêmio ABERJE Sul).

Conduta – 1ª Etapa

- O jurado que tiver vínculo de qualquer natureza com a empresa ou agência responsável pela inscrição ou elaboração do trabalho não poderá atuar no julgamento da Categoria; caso isso aconteça, o jurado deverá informar à Coordenação do Prêmio ABERJE;
- Caberá ao jurado confirmar antecipadamente sua participação no julgamento nas datas e nos locais previstos, evitando atrasos que prejudiquem a votação. Aqueles que não puderem comparecer ao julgamento devem avisar a Organização do Prêmio com a máxima antecedência possível, a fim de que se possa efetuar a substituição sem prejuízo do processo;

- As notas não serão atribuídas por consenso. Os jurados podem trocar idéias entre si, porém, devem dar individualmente suas notas.

2ª Etapa - Audiência Pública

Após a escolha dos três finalistas, os responsáveis pelos trabalhos serão convocados a comparecer à Audiência Pública (2ª etapa da premiação), na presença da Comissão Julgadora do Prêmio ABERJE, para a defesa de seus trabalhos. Para isso, os jurados devem saber que:

- O tempo de apresentação na Audiência Pública é de 15 minutos por trabalho;
- A ausência do finalista no local, na data e no horário designados pela ABERJE para a Audiência Pública resultará na sua exclusão do processo de premiação;
- A defesa dos trabalhos nas etapas regionais acontecerá nas cidades de São Paulo (Prêmio ABERJE São Paulo), Rio de Janeiro (Prêmio ABERJE Rio de Janeiro), Vitória (Prêmio ABERJE Centro-Oeste/ Leste), Belo Horizonte (Prêmio ABERJE Minas Gerais), Porto Alegre (Prêmio ABERJE Sul) e Salvador (Prêmio ABERJE Nordeste);
- Os Prêmios ABERJE Regionais serão concedidos, em cada categoria, aos trabalhos que obtiverem a maior média de pontos dentre a média final da 1ª e 2ª etapas depois de computadas as notas individuais atribuídas pelos jurados, podendo ocorrer empate;
- Os nomes dos vencedores serão conhecidos apenas na cerimônia de Premiação. Para assegurar a credibilidade do Prêmio ABERJE, pedimos que não seja divulgada a avaliação individual sobre cada trabalho;
- Os trabalhos vencedores do Prêmio ABERJE Regional classificam-se automaticamente para o Prêmio ABERJE Brasil, em suas respectivas categorias;

- O Prêmio ABERJE Brasil 2006 será concedido, em cada categoria, aos trabalhos que obtiverem a maior média de pontos depois de computadas as notas individuais atribuídas pelos jurados na Audiência Pública Brasil, podendo ocorrer empate.

Conduta – 2ª Fase – Audiências Públicas

- Nas Audiências Públicas pedimos para que o jurado mantenha seu celular desligado e que não se ausente da sala durante as apresentações;
- O jurado que tiver vínculo de qualquer natureza com a empresa ou agência responsável pela inscrição ou elaboração do trabalho, não poderá atuar no julgamento da Categoria; caso isso aconteça, o jurado deverá informar à Coordenação do Prêmio ABERJE;
- O jurado deve verificar se as categorias para as quais foi designado estão de acordo com a sua experiência profissional;
- Caberá ao jurado confirmar antecipadamente sua participação no julgamento nas datas e nos locais previstos, evitando atrasos que prejudiquem a votação. Aqueles que não puderem comparecer ao julgamento devem avisar a Organização do Prêmio com a máxima antecedência possível, a fim de que se possa efetuar a substituição sem prejuízo do processo;
- Os jurados deverão conhecer e avaliar antecipadamente os trabalhos concorrentes. Eles estarão disponíveis em data e local anunciados pelas comissões regionais e comissão nacional. Caso esse procedimento não possa ser cumprido, o jurado deverá chegar com pelo menos uma hora de antecedência para conhecer os projetos no local do evento;

- Os jurados podem trocar idéias entre si, mas não na presença dos concorrentes. Para isso existirá uma sala de uso exclusivo dos jurados. As notas não serão atribuídas por consenso, devem ser individuais;
- Nas Audiências Públicas o jurado não pode fazer perguntas aos concorrentes, porque o tempo de apresentação é limitado em 15 minutos. Desta forma, evitam-se atrasos e desconforto para os demais concorrentes;
- Cabe ao jurado avaliar o conteúdo e não apenas a apresentação oral feita pelo responsável pelo trabalho.

Avaliação dos Trabalhos

Devem ser considerados os melhores trabalhos aqueles que:

- Demonstrarem de maneira clara e objetiva o problema de comunicação, o planejamento e as estratégias utilizadas, a operacionalização das ações e se o resultado final foi atingido;
- Cumprirem o objetivo proposto na resolução de problemas de comunicação apresentados no caso;
- Mesmo com uma solução simples, tenham causado efeito positivo na resolução dos problemas de comunicação propostos pela empresa.

Os jurados deverão manter isenção ao atribuir sua nota, não se deixando levar por artifícios estéticos ou brindes, que venham a receber dos concorrentes.

Na etapa de Audiência Pública, os projetos serão apresentados para o júri. Os jurados devem atentar para a qualidade do conteúdo do projeto e não apenas à apresentação oral.

Direcionamento de Dúvidas

Se o jurado, ao final das apresentações dos casos, tiver dúvida em relação ao julgamento, ele poderá:

- Consultar seus colegas de júri, sem que isso seja feito na presença dos concorrentes ao Prêmio;
- Consultar o responsável da ABERJE que estiver acompanhando e coordenando o julgamento.

Os casos não previstos no Regulamento do Prêmio ABERJE serão examinados pela Diretoria da ABERJE, com o amparo de assessoria jurídica independente e da BDO Trevisan Auditores Independentes.

As decisões das comissões são soberanas, não cabendo, portanto, qualquer recurso ou impugnação por parte dos concorrentes.

Todo o processo de julgamento é acompanhado e auditado pela BDO Trevisan Auditores Independentes.

Coordenação do Prêmio ABERJE