

No foco, a excelência

•> Paulo Nassar

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, todo material dos vencedores do Prêmio Aberje está disponível, é aberto à consulta pública, é acessível para gente interessada em entender e conhecer as soluções – conteúdo e forma –, que as empresas e organizações adotaram para levar suas mensagens aos seus públicos e alcançar seus objetivos.

O Prêmio Aberje está organizado sobre uma lógica absolutamente transparente, consi-

truída 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. Por exemplo, 2005 foi a 31ª edição do certame, o que lhe confere o atributo da premiação profissional mais tradicional da área no País. Dela, participaram 1.099 casos, por isso é o maior prêmio da Comunicação Organizacional da América Latina. E, finalmente, como mais um forte atributo, todo o processo do Prêmio é auditado pela BDO Trevisan Auditores Independentes e acompanhado pelo escritório Rubens Naves – Santos Jr. – Hesketh – Escritório Associados

“O Prêmio Aberje está organizado sobre uma lógica absolutamente transparente”

de Advocacia. Além dessas características que o distinguem, o Prêmio Aberje tornou-se uma importante experiência democrática e revelou-se um curso avançado de comunicação organizacional, afinal, durante todo o seu processo há os melhores profissionais da área, de todo o País, a defender em audiências públicas e a representar trabalhos das marcas mais importantes, formando um grande painel da atividade no Brasil, conside-

radas as características de cada região e as normas de cada categoria. É verdade que o trabalho é exaustivo, longo, complexo e demanda uma enorme soma de recursos materiais e humanos. Os jurados convidados – profissionais de notório saber –, dedicam tempo e conhecimento na apreciação de cada um dos casos concorrentes, além de participar, posteriormente, das audiências públicas para deliberarem suas conclusões. Para a próxima edição, que será realizada em 2006, introduzimos mais uma novidade: a figura do ombudsman, cuja função é representar, com independência, o participante do Prêmio junto à Aberje. Convidamos Roberto de Castro Neves, formado em Direito, Doutorado em Direito Público e em Administração pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro, para assumir esse papel e contribuir com suas importantes qualidades pessoais, conhecimento, experiência profissional nas áreas de marketing, comunicação, relações governamentais, relações com a imprensa, relações com a comunidade e recursos humanos. Além dessas credenciais, Roberto Castro Neves é um dos mais respeitados autores da moderna literatura acerca da Comunicação Empresarial Brasileira.

As organizações no Brasil se dão conta da importância estratégica da comunicação no dia-a-dia de suas atividades. Ao assumirem essa posição, investem em talento, conhecimento e boas práticas, que são reconhecidas e recompensadas a cada nova edição do Prêmio Aberje, um prêmio de excelência. ■

Paulo Nassar é editor da revista Comunicação Empresarial, Diretor-presidente da Aberje e professor da ECA – USP.

