

CEE

comunicação empresarial



ESTUDOS DE  
COMUNICAÇÃO  
E RELAÇÕES  
CORPORATIVAS

mídia kit – edição nº105

Dossiê| Comunicação Não-Violenta





# DOSSIÊ | Comunicação Não-Violenta

O tema da Aberje em 2020 é a Comunicação Não-Violenta (CNV). A questão se mostra urgente no contexto de um mundo cada vez mais competitivo, polarizado e incerto: há por parte de todos os agentes da sociedade uma comunicação violenta. Inclusive no universo das empresas. Distribuição de conteúdo em excesso, posturas autoritárias em processos de engajamento, formas variadas de assédio nas relações pessoais e profissionais, ativismo pouco afeito às diferenças, argumentos desqualificadores usados em publicidade ou marketing comparativos são alguns destes maus exemplos.

A edição 105 da revista Comunicação Empresarial irá investigar este universo. Como surge a violência na comunicação, seu papel para autopreservação e para obtenção de resultados e seus efeitos colaterais. Nesse contexto, a CNV surge como modelo mais sustentável de relacionamento. Nas organizações, a reportagem irá mostrar como elas, por meio de canais próprios de mensagens e de potencial de mobilização, têm um papel relevante neste caminho, com suas estruturas de produção e distribuição de conteúdos.

Traremos uma entrevista especial com Dominic Barter, pupilo de Marshall Rosenberg (psicólogo precursor das pesquisas em CNV), para contar sobre o método da CNV para a resolução de conflito e restabelecimento de confiança mútua entre pessoas, empresas e instituições.

**pauta**  
EDIÇÃO 105 ANO 30 2020



# ARTIGOS | “O Triunfo do Conteúdo”

Faz uma década que a produção de conteúdo de marca cresce de maneira constante. Ao longo desses anos, assistimos à consolidação de uma nova indústria. É o triunfo do conteúdo: nada cresce tanto quando se fala no mundo da comunicação das marcas.

Para explicar essa mesma evolução no mercado nacional, convidamos representantes de empresas que têm experiência na produção de conteúdo para falar sobre a importância do conteúdo em suas estratégias de comunicação, relatar os resultados e avanços percebidos e, finalmente, refletir sobre como o conteúdo deixou de estar exclusivamente ligado aos esforços de marketing e hoje faz parte da estratégia de comunicação e relacionamentos das organizações.



# ESPECIAL | Prêmio Aberje

O Prêmio Aberje é considerado o “Oscar” da Comunicação Empresarial brasileira. Seus vencedores retratam a evolução das práticas de comunicação nas empresas e instituições. O Especial Prêmio Aberje explica o alcance e o impacto do trabalho desses comunicadores no cotidiano de suas empresas. Além disso, trará matérias dos 15 cases vencedores nas categorias do Prêmio e um ensaio fotográfico exclusivo dos homenageados, assinado por Rozália Del Gáudio.

Os cases vencedores são das empresas: Anglo American , Anglogold Ashanti, Banco BS2, Braskem, BRK Ambiental, Participações, FCA/Fiat Chrysler Automóveis, Fecomércio/SP, Johnson & Johnson, Klabin, Mattos Filho Advogados, Positivo Soluções Didáticas, PUC/RS, Rede Gazeta, Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre, Seja Digital.



**PERFIL  
DO LEITOR**

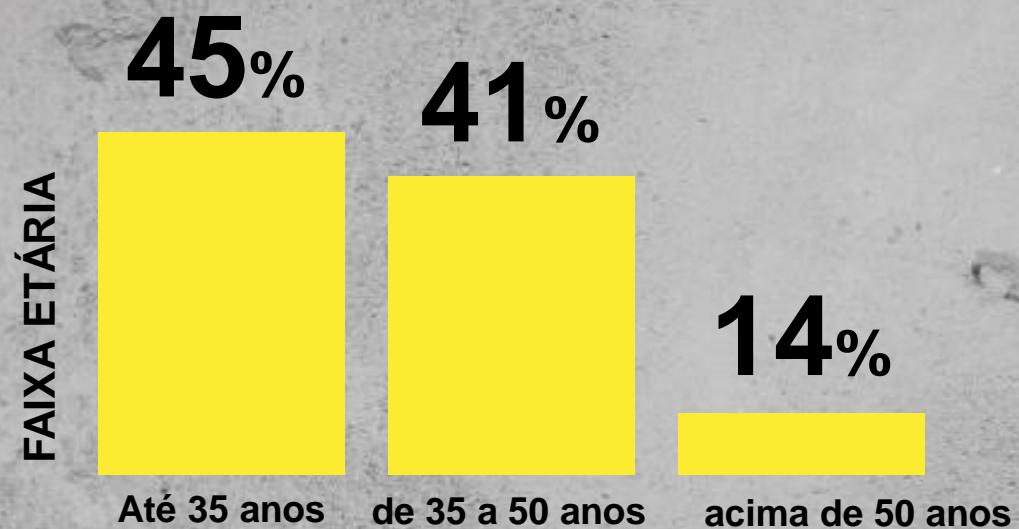


A Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial é uma associação profissional e científica sem fins lucrativos, que tem por objetivo discutir e promover a Comunicação Empresarial, fortalecendo a atuação do profissional e disseminando melhores práticas da área de comunicação.

A revista Comunicação Empresarial é uma das principais fontes de conteúdo para debater as tendências do setor. Com 26 anos de atividade, é a segunda mídia especializada mais lida pelos tomadores de decisão em comunicação\*. É distribuída para presidentes e CEOs de empresas, profissionais de comunicação corporativa, sustentabilidade, marketing, recursos humanos, administração e outras áreas, além de universidades e jornalistas.

**A revista semestral aborda os principais temas que influenciam as empresas e suas estratégias de comunicação.**





**TOMADORES DE DECISÃO / FORMADORES DE OPINIÃO**

- 63% SÃO DIRETORES E GERENTES
- 45% TÊM EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DE MAIS DE 15 ANOS
- 47% SÃO JORNALISTAS
- 27% TÊM PÓS-GRADUAÇÃO EM MARKETING

**58%** MULHERES **42%** HOMENS

**CARGO**

- GERENTES | COORDENADORES 36%
- DIRETORES 27%
- ANALISTAS 22%
- ASSISTENTES 2%
- OUTROS 13%

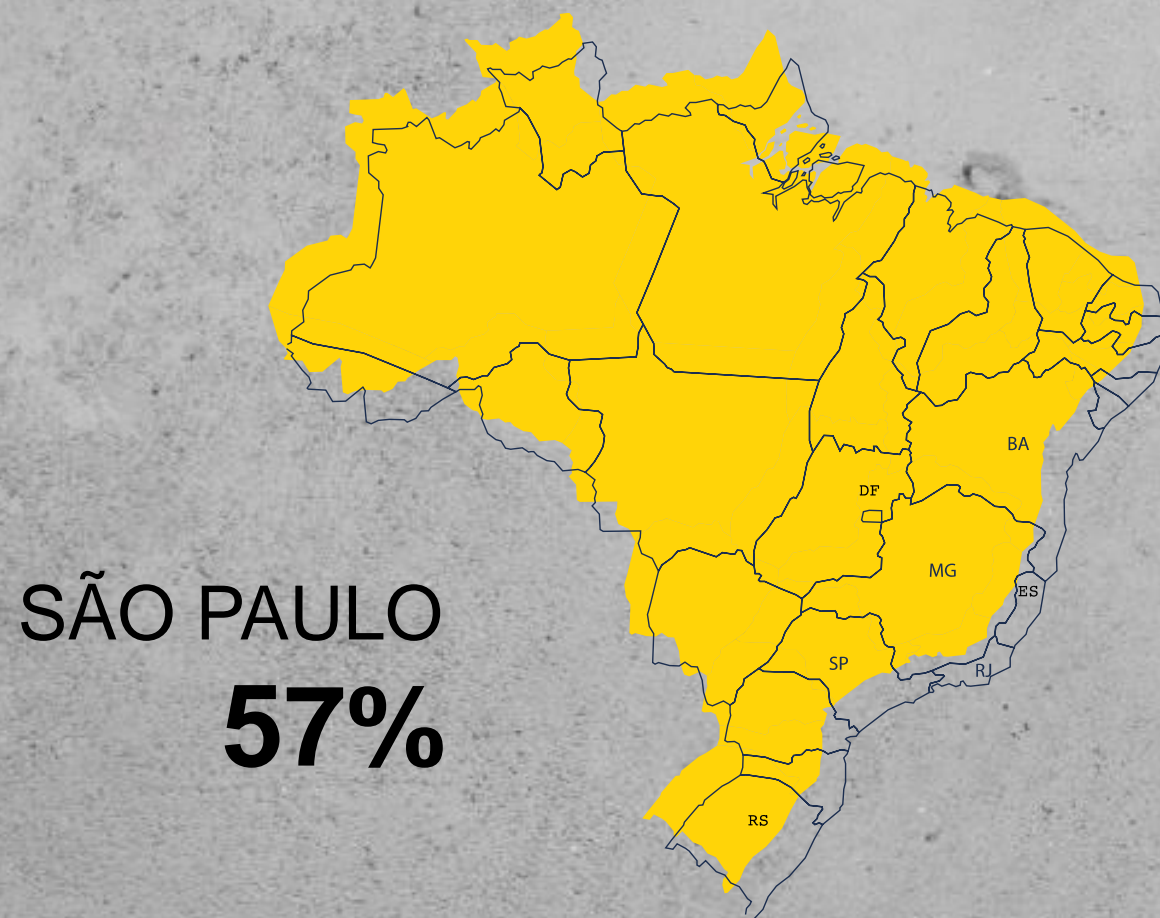
**GRADUAÇÃO**

- ESPECIALIZAÇÃO 60%
- SUPERIOR 20%
- MESTRADO 15%
- DOUTORADO 5%

perfil EDIÇÃO 105 ANO 30 2020  
do leitor



# distribuição



RIO DE JANEIRO  
**13%**

MINAS GERAIS  
**7%**

OUTROS  
**16%**

RIO GRANDE DO SUL  
**2%**

BAHIA  
**2%**

DISTRITO FEDERAL  
**2%**

ESPÍRITO SANTO  
**1%**

# perfil do leitor

EDIÇÃO 105 ANO 30 2020



**70%**

CADA EXEMPLAR CIRCULA,  
EM MÉDIA, PARA MAIS  
4 PROFISSIONAIS DE  
COMUNICAÇÃO DA EMPRESA

**58%**

GUARDAM PARA CONSULTA

**70%**

SEMPRE LÊEM A REVISTA

**32%**

DOS PESQUISADOS SÃO  
LEITORES DA REVISTA HÁ  
MAIS DE 5 ANOS

# alcance

**71%**

ATUAM NA ÁREA DE  
COMUNICAÇÃO

**31%**

TÊM ACIMA DE  
20 ANOS DE  
EXPERIÊNCIA  
PROFISSIONAL

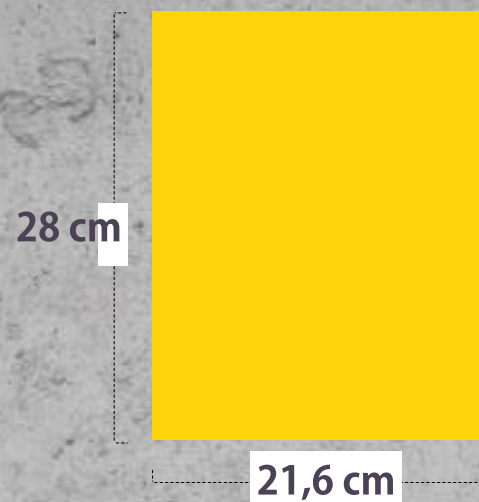
**20 mil**

É O ALCANCE  
MÉDIO DE  
LEITORES POR  
EDIÇÃO

# perfil do leitor

EDIÇÃO 105 ANO 30 2020

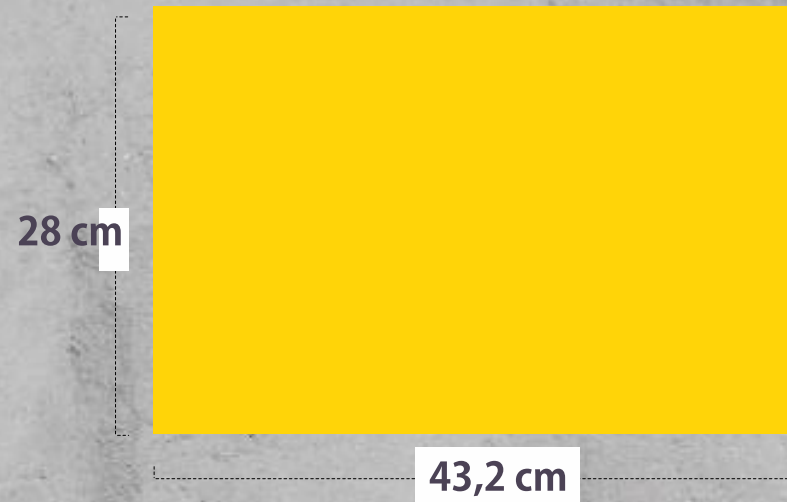




**4ª CAPA\***  
**R\$ 14.586,00**

**2ª E 3ª CAPAS\***  
**R\$ 12.870,00**

**PÁGINA SIMPLES\***  
**R\$ 11.583,00**



**PÁGINA DUPLA**  
**R\$ 19.500,00**

Área de impressão: 21,6 x 28 cm. Lombada quadrada.  
Tiragem de 2.500 exemplares. Arquivos devem ser enviados na extensão PDF em CMYK com 300 DPIs e 0,5cm de sangria.

\*Valores líquidos.

# perfil do leitor

EDIÇÃO 105 ANO 30 2020





11 5627 9090

Ramal 822

jovanka@aberje.com.br

