

EMPRESA: ABERJE

ASSUNTO: Imagem é diferencial entre empresas

COLUNA: Economia

VEÍCULO: Folha de Londrina

DATA: 29.03.96

PÁGINA:02

Simpósio

Imagem é diferencial entre empresas

Globalização e competitividade exigem mais investimentos em comunicação, dizem assessores reunidos em Londrina

Carina Paccola

A imagem da empresa diante da sociedade é o grande diferencial competitivo numa economia globalizada, em que até os padrões de qualidade se nivelam. A afirmação, do diretor de comunicação empresarial da Odebrecht S.A. Márcio Polidoro, foi apresentada ontem no 5º Simpósio Aberje de Comunicação Empresarial, promovido em Londrina pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

A preocupação com a imagem faz parte da política de comunicação hoje adotada pelas grandes empresas e que começa a ser disseminada em todos os níveis da sociedade e entre estudantes de Comunicação. Polidoro falou sobre *Imagem Institucional como Fator de Competitividade*. A Odebrecht recebeu o prêmio Aberje 95 na categoria Empresa do Ano em Comunicação Empresarial.

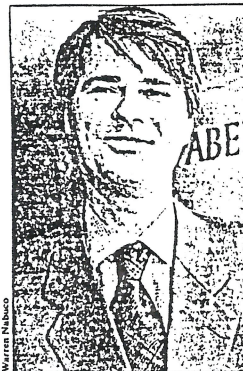
"Com a rápida evolução tecnológica, quem tem informação tem poder. Não dá para ignorar esse processo. Ou você acompanha ou fica para trás", afirma Polidoro. Segundo ele, a empresa deve zelar pela sua imagem como cuida do seu patrimônio.

"De dez anos para cá mudou a relação das empresas com a sociedade. Hoje as pessoas têm acesso ao que se passa no mundo e elas cobram produtos e serviços de melhor qualidade, com segurança, que preservem o meio ambiente. E não basta produzir dessa maneira, tem que mostrar que produz".

O assessor corporativo de comunicação social da Brasmotor, Rodolfo Gutilla, apresentou durante o Simpósio a experiência do grupo Brasmotor, o uso de publicações e outros instrumentos de comunicação com funcionários e a mensuração de resultados. Segundo ele, há pouco tempo havia



Nassar: "Públicos diversos"



Gutilla: "Concorrência dura"



Polidoro: "Produção exposta"



Marilene: "Portas abertas"

uma relação incestuosa entre as empresas e o poder, com leis protecionistas. Com a abertura do mercado, não se admite produtos que não atendam às exigências do consumidor.

"A globalização trouxe a con-

corrência dentro de casa. Acabou a proteção. Se quiser produzir com qualidade, vai ter que mudar de fato. Não basta adotar programas de qualidade de fachada. Nenhum certificado ou documento que carimbe a empresa como

qualificada se sustenta sem que haja mudança. O consumidor está informado. Ele sabe escolher".

Paulo Nassar, consultor de Comunicação e Marketing e secretário geral da Aberje, abordou o tema *Comunicação Empresarial: Novos Públicos, Novos Desafios*. Segundo ele, as empresas devem considerar que hoje têm novos públicos - acionistas, fornecedores, funcionários, sindicatos - que interferem em seus negócios.

"Não dá para abordar essas pessoas com uma linguagem ultrapassada. Deve-se usar recursos modernos, com o mesmo padrão da comunicação de massa que aborda o funcionário em casa. Tem também a imprensa sindical, que tem seus meios para falar com o trabalhador". Nassar afirma que só em São Paulo a mídia sindical edita 14 milhões de exemplares por mês de boletins periódicos.

Marilene Lopes, gerente de Comunicação da Xerox do Brasil, mostrou os procedimentos utilizados para a implantação e manutenção da política de "portas abertas" adotada pela empresa. Entre eles, destaca-se a produção do kit Imprensa e do manual de relacionamento com a imprensa intitulado "Quem tem medo de ser notícia".

O impacto do trabalho levou, internamente, à ampliação do número de porta-vozes capacitados e à valorização das atividades de divulgação institucional e relações públicas com a imprensa. No âmbito externo, a própria Xerox Corporation reconheceu o sucesso da abertura da Xerox do Brasil frente à mídia. Segundo Marilene Lopes, a fórmula foi simples. "Bastou somar comprometimento e qualidade a um trabalho sério e planejado de comunicação empresarial. O resultado deste processo foi a conquista do Prêmio Aberje/95 de Assessoria de Imprensa", diz.

EMPRESA: ABERJE

ASSUNTO: Feedback

COLUNA: Social

VEÍCULO: Jornal de Londrina

DATA: 29.03.96

PÁGINA:09

FEEDBACK O V Simpósio Aberje de Comunicação Empresarial foi realizado ontem na ACIL. O evento contou com a participação de Paulo Nassar, autor do livro "O que é Comunicação Empresarial"; Márcio Polidoro, diretor de comunicação empresarial da Odebrecht S/A; Marilene Lopes, gerente de comunicação da Xerox do Brasil e de Rodolfo Gutilla, gerente de comunicação da Brasmotor. Para Nassar, que falou sobre "A Comunicação Empresarial Hoje", as funções básicas da comunicação empresarial são ajudar a definir a posição da empresa no mercado, registrar quais são os públicos alvos e detectar , quais são as mídias adequadas para se chegar a esses públicos. ✦