



1º SEMINÁRIO

A COMUNICAÇÃO SOCIAL E CORPORATIVA NAS GRANDES EMPRESAS DO BRASIL

Dias 5 e 6 de novembro de 1998
Centro de Comunicação e Artes – Senac/SP
Rua Scipião, 67 São Paulo SP

Empresas convidadas



Mercedes-Benz



1º Seminário

A Comunicação Social e Corporativa nas Grandes Empresas do Brasil

Venha conhecer os segredos do dia-a-dia da Comunicação Social nas grandes corporações que atuam no País. As ferramentas, estratégias, ações e estrutura organizacional dessas áreas serão apresentadas e debatidas neste evento dirigido a jornalistas, profissionais de marketing, relações públicas, publicidade e recursos humanos.

Para este Seminário foram convidadas empresas dos setores automotivo, siderúrgico, bancário, editorial e de eletrodomésticos.

A PROGRAMAÇÃO

Dia 5/11/98

Das 8h30 às 9 horas

Recepção e entrega de material aos participantes

Das 9 horas às 10h40

Palestra de abertura

■ **A Comunicação Social das empresas na Era da Globalização: sem medo do futuro**
Por *Gaudêncio Torquato*

Das 10h40 às 11 horas

Coffee break

Das 11 horas às 12h40

Mercedes-Benz

■ **Os caminhos da Comunicação automotiva**
Por *André Senador - Gerente de Comunicação Corporativa*

Das 14 horas às 15h40

Grupo Abril

■ **A Comunicação num grupo empresarial de Comunicação**
Por *Júnia Nogueira de Sá - Diretora de Relações Corporativas*

Das 15h40 às 16 horas

Coffee break

Das 16 horas às 17h40

Gerdau

■ **A Comunicação com a força do aço que vem do Sul do Brasil**
Por *José Paulo Martins - Gerente de Comunicação Social*

Dia 6/11/98

Das 9 horas às 10h40

Grupo Brasmotor

■ **A Comunicação Social como insumo básico na estratégia do negócio**
Por *Rodolfo Witzig Guttilla - Assessor Corporativo de Comunicação Social*

Das 10h40 às 11 horas

Coffee break

Das 11 horas às 12h40

Cosipa

■ **Quebrando resistências, ganhando credibilidade**
Por *Marcelo D'Angelo - Superintendente de Comunicação*

Das 14 horas às 15h40

Banco do Brasil

■ **Fazendo Comunicação, fazendo história**
Por *João José Forni - Gerente Executivo de Comunicação Institucional*

O CONFERENCISTA

GAUDÊNCIO TORQUATO

Considerado um dos grandes especialistas em Comunicação, no Brasil, Gaudêncio Torquato é Doutor em Comunicação, Livre Docente e Professor Titular de graduação e pós-graduação na ECA/USP (Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo), nas áreas de Marketing Político, Comunicação Organizacional e Assessoria de Imprensa. Como consultor, já atuou junto a mais de 20 prefeituras, diversos governos estaduais, Câmara dos Deputados, ministérios da Administração e da Indústria e Comércio, Secretaria Executiva do Conselho de Comunicação da Presidência da República, Banco Central, além de importantes entidades de classe como Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo) e Abia (Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação).

OS CONVIDADOS

MERCEDES-BENZ DO BRASIL

como uma das mais importantes publicações empresariais brasileiras, revolucionando conceitos, fazendo escola, ganhando prêmios e contribuindo significativamente para a evolução deste segmento editorial. Essa mesma preocupação pode ser sentida através das inúmeras publicações especiais feitas ou patrocinadas pela empresa e pelo apoio dado a eventos que buscam o aprimoramento dos profissionais de Comunicação. A área de Comunicação da Mercedes-Benz, é uma das mais bem estruturadas do País, mantendo diversos programas voltados aos seus inúmeros públicos de interesse.

GRUPO ABRIL

atuam na própria área. Essa massa extremamente crítica exige dos profissionais ligados à estrutura de Comunicação Corporativa um desempenho além do meramente eficaz. Para vencer esse entre outros desafios cotidianos, o Grupo Abril dá a essa estrutura o *status* de Vice-presidência, facilitando o fluxo de informações entre os diferentes níveis da empresa. A edição de publicações segmentadas e o uso de meios eletrônicos para a Comunicação com o público interno tem-se revelado uma estrutura bastante apropriada. Com relação à divulgação da sua imagem institucional, o Grupo Abril, por sua pujança, além do mercado doméstico tem forte atuação junto à imprensa internacional, firmando sua marca ao lado das mais conceituadas do mundo.

BANCO DO BRASIL

caminho encontrado pelo setor de Comunicação incluiu a adoção de uma política de portas-abeertas para a imprensa, através da sugestão de pautas e indicação de fontes, dentro dos vários escalões da entidade, além da elaboração de produtos editoriais que prepararam os executivos da empresa para o atendimento dos profissionais da Comunicação, como o manual "Para entender a imprensa", e a realização de eventos especiais como o Seminário de Comunicação Banco do Brasil. Tal postura, além de reforçar esta relação, serviu para quebrar uma série de tabus dentro e fora da empresa.

A atuação da Mercedes-Benz no setor da Comunicação Corporativa é, há muito, reconhecida e valorizada. A revista Sua Boa Estrela, por exemplo, firmou-se

Fazer Comunicação dentro de uma empresa de Comunicação tem lá os seus desafios a começar pelo fato de suas ações estarem voltadas a pessoas que

Uma estratégia apoiada numa estreita aproximação com a imprensa valeu ao Banco do Brasil três prêmios Aberje/Região Centro Oeste, entre 1995 e 1998. O

GRUPO BRASMOTOR

acirrada concorrência internacional no seu segmento de negócio. Dividido em quatro grandes empresas (Multibrás S. A. Eletrodomésticos, Multibrás da Amazônia, Embraco e Brascabos), o Grupo Brasmotor reúne perto de 20 mil funcionários, de diferentes países e diferentes culturas, e nesse aspecto também reside outro grande desafio para a estrutura de Comunicação, na medida em que se propõe a ser um instrumento estratégico de gestão. Paralelamente, tem patrocinado inúmeras iniciativas na área, tais como o boletim e a *home-page* da Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial), e o Congresso Brasileiro de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas.

COSIPA

Desde a sua privatização, em 1993, a Cosipa vive um profundo processo de transformação cultural. Um novo Programa de Comunicação Corporativa foi iniciado em março de 1995, com a reestruturação da área e a racionalização de inúmeros procedimentos. Com uma equipe de 10 profissionais entre jornalistas, relações públicas e publicitários, foram implementados diversos projetos, entre os quais a TV Cosipa (Prêmio Aberje 1997 de Melhor Campanha de Comunicação Interna e Prêmio Aberje 1998 de Melhor Videojornal do Estado de São Paulo), o CD Rom Aços Cosipa (Prêmio Top de New Media 1998, da ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) e o Projeto Férias na Usina, que atendeu quase quatro mil crianças, filhos de funcionários da Cosipa.

GERDAU

Sob o lema "Nosso produto é aço, nosso forte é você", o Grupo Gerdau escolheu o estabelecimento de uma série de ações institucionais para divulgar e firmar sua marca, positivamente, junto aos seus diversos públicos de interesse. Essas ações aplicam-se, de forma personalizada, ao segmento científico, empresarial, esportivo e artístico, inclusive com abrangência junto ao bloco latino-americano, promovendo eventos ou incentivando atividades de estudo e pesquisa, tais como os prêmios Jovem Cientista, Gerdau Melhores da Terra, Talento Empreendedor, Excelência Empresarial; Copa Gerdau de Tênis e a Fundação Bienal de Artes Visuais do Mercosul.

■ FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO ■ VEJA NO VERSO COMO SE INSCREVER
■ DESFRUTE DE DESCONTOS PROGRESSIVOS ■ VAGAS LIMITADAS

**VAGAS
LIMITADAS**

DEFRUTE DE DESCONTOS PROGRESSIVOS

- | | |
|--|-------------------|
| ■ Inscrições efetuadas até 9/OUT/98 | R\$ 370,00 |
| ■ Inscrições efetuadas de 10 a 29/OUT/98 | R\$ 430,00 |
| ■ Inscrições efetuadas após 30/OUT/98 | R\$ 500,00 |

DESCONTOS ESPECIAIS

Para os assinantes do FaxMOAGEM desconto de 10% na inscrição.

MAIS DESCONTOS

- **15%** na segunda inscrição
- **30%** para a terceira inscrição em diante

INSCRIÇÃO

- Preencha, recorte a Ficha de Inscrição e envie-a, acompanhada do comprovante de depósito bancário no valor da inscrição, à M&A Editora, através dos telefaxes (011) 573-3627/573-7573 e 5084-2942
- As inscrições somente serão efetivadas mediante apresentação do depósito bancário.
- O valor das inscrições não será devolvido em caso de desistência. Uma outra pessoa poderá substituir você. Para tanto, comunique a M&A Editora, por escrito, com até 72 horas de antecedência do evento.
- Depositar o valor da inscrição em favor de M&A Editora S/C Ltda, no Banco Itaú, agência 0161 conta corrente nº 49.785-4.

Obs.: os descontos não são cumulativos

**MAIS INFORMAÇÕES PELOS TELEFAXES:
(011) 573-3627 (011) 573-7573 (011) 5084-2942**

REALIZAÇÃO



**CENTRO DE
COMUNICAÇÃO E ARTES**



CONHECIMENTO EM
COMÉRCIO E SERVIÇOS

APOIO

Programa
Imprensa & Comunicação
em Debate

FaxMOAGEM