

Jornal do

# 13º CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

São Paulo,  
Paulista Wall Street  
Rua Itapeva, 636  
28 a 29 de maio de 1998



*Comunicação Empresarial  
no Brasil: de perfumaria  
a insumo estratégico.  
Os desafios da maioria*

## Pesquisas inéditas sobre Comunicação Empresarial, especialistas de tirar o chapéu e muitas novidades. Confira na página central

Se você estava esperando uma oportunidade para trocar experiências com profissionais de comunicação de todo o País, para debater temas de seu interesse com especialistas da área e, sobretudo, para tomar contato com as novas fronteiras da Comunicação Empresarial brasileira, pode, desde já, reservar uma data muito especial na sua agenda: 28 e 29 de maio de 1998.

Neste período, em São Paulo, estará sendo realizado o 13º Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial, que, este ano, reserva atrações especiais. Além de mesas re-

dondas com profissionais e pesquisadores de comunicação e apresentação de cases relevantes, você terá acesso, em primeira mão, a três pesquisas inéditas sobre Comunicação Empresarial.

O programa, abrangente e diversificado, inclui temas de indiscutível atualidade e interesse, como você poderá conferir na página central. Se você tiver um dia a mais para um sadio e produtivo convívio profissional, não perca também o 1º Workshop de Comunicação Científica e Tecnológica, marcado para o dia anterior ao Congresso e com

preço super especial para os seus participantes. Se sua empresa trabalha com ciência e tecnologia (e qual empresa não tem este perfil, hoje em dia?), pode ser importante debater, com quem entende do assunto, os limites e desafios deste processo de divulgação.

Como comunicadores, sentimos na obrigação de chamar a sua atenção para estes eventos. Estas coisas não se repetem todos os dias. Por isso, sua decisão, neste momento, é muito importante: se você faltar ao Congresso ou ao Workshop, vai ter que esperar até 99. Não é muito tempo?

## Aqui, a Comunicação Empresarial está sempre em alta

Se você trabalha na área de Comunicação em uma empresa, associação, ONG, sindicato, universidade, assessoria, agência etc, aqui, certamente, você vai estar frente a frente com

especialistas, pesquisadores, colegas e clientes. Mais ainda: aqui, a Comunicação não é apenas uma referência, mas o objeto mesmo da discussão. Perder esta oportunidade, pode significar muita coisa, inclusive

adiar, por algum tempo, o contato com as novas fronteiras da Comunicação Empresarial. Vamos, anime-se. Seu futuro cliente, sua nova empresa, sua melhor idéia ou estratégia, pode brotar exatamente daqui.

# Um temário abrangente e repleto de novidades. Você e sua empresa se encontrarão dentro dele

## Dia 28 de maio Manhã

9:00 - 9:15 horas - **Abertura**

**Tema Geral: A Comunicação Empresarial brasileira: velhos e novos desafios**

9:15 - 10:00 horas - Apresentação da pesquisa: *A Comunicação Empresarial no Brasil: retrato de corpo presente*  
Diretoria da Comtexto

10:00 - 10:15 horas - **Intervalo para café**

10:15 - 12:15 horas - Mesa-redonda: *Caminhos e descaminhos da Comunicação Empresarial brasileira*

Participantes: Profa. Dra. Margarida Kunsch/USP; Mario Ernesto Humberg, presidente da Associação Nacional das Empresas de Relações Públicas; Prof. Dr. Manuel Carlos Chaparro/USP; Paulo Nassar, secretário executivo da Aberje.

## Tarde

**Tema Geral: Comunicação interna e o futuro dos house-organs**

14:00 - 14:30 horas - Apresentação da pesquisa: *Mitos e motes do house-organ no Brasil*  
Diretoria da Comtexto

14:30 - 16:00 horas - Apresentação de cases: *Quando o house-organ funciona*

*Revista Unibanco* - Eneida Aragão, superintendente de marketing

*Solvay do Brasil* - Paulo Moreno, gerente de comunicação corporativa

*Revista PSC, Editora Abril* - Marilda Varejão, redatora-chefe

16:00 - 16:15 horas - **Intervalo para café**

16:15 - 17:15 - Palestra: *Comunicação e incomunicação nas empresas brasileiras*

Manager Assessoria em Recursos Humanos - Ricardo de Almeida Prado Xavier, diretor presidente e João Luiz de Andrade Guimarães, gerente de Consultoria de Negócios

## Dia 29 de maio Manhã

**Tema Geral: Imprensa, mídia e auditoria de imagem**

9:00 - 10:00 horas - Apresentação da pesquisa: *Espelho, espelho meu*

Diretoria da Comtexto

10:00 - 10:15 horas: **Intervalo para café**

10:15 - 12:15 horas: Mesa-redonda - *A importância de auditar a imagem na mídia*

Participantes: Rosa Alegria, diretora de Comunicação da Avon Cosméticos; Profa. Dra. Graça Caldas/UMESP/PUCCAMP; Prof. Dr. Wilson da Costa Bueno/USP/UMESP e diretor da Comtexto Comunicação e Pesquisa

## Tarde

**Tema Geral: Política e Políticas de Comunicação Empresarial**

14:00 - 15:00 horas - Palestra: *As novas fronteiras da Comunicação Empresarial no ciberespaço*  
Edelvício Amor de Souza Júnior, Diretor de Sisemas de Informação da MediaLab

15:00 - 15:15 horas - **Intervalo para café**

15:15 - 17:15 horas - Apresentação de Cases: *Construindo uma Política de Comunicação Empresarial*

Brasmotor SA - Rodolfo Witzig Guttilla, Assessor Corporativo de Comunicação Social

Xerox do Brasil - Sandra Damasceno, Gerente de Assuntos Corporativos e Relações com a Comunidade

Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Assessoria de Comunicação Social (ACS)

17:15 - 17:30 horas - *Encerramento do 13º Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial*

# Pesquisas inéditas sobre Comunicação Empresarial.

## Em primeira mão, exclusivamente para você

*A parceria entre as áreas profissional e acadêmica estará definitivamente concretizada no 13º Congresso com a apresentação de 3 pesquisas inéditas, versando sobre temas atuais de Comunicação Empresarial.*

### A Comunicação Empresarial no Brasil: retrato de corpo presente

Pesquisa realizada junto a executivos de comunicação de importantes empresas brasileiras e que visa avaliar: 1º) a inserção da Comunicação no processo de gestão da empresa; 2º) os atributos (defeitos e virtudes) da Comunicação Empresarial brasileira; 3º) o desempenho da mídia brasileira; 4º) os prestadores de serviços na área de Comunicação Empresarial.

A pesquisa detecta ainda quais as empresas consideradas referências, em nosso País, em termos de Comunicação Empresarial e quais os verdadeiros gargalos da Comunicação Empresarial brasileira.

### Se o negócio de sua empresa tem a ver com Ciência e Tecnologia, não perca este Workshop

No dia 27 de maio de 1998, no mesmo local do Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial, a Comtexto estará promovendo o 1º Workshop de Comunicação Científica e Tecnológica, destinado a comunicadores empresariais e interessados (professores, pesquisadores, estudantes etc) no processo de divulgação científica.

O Workshop tem como objetivo identificar os espaços e tempos existentes na mídia brasileira para a divulgação de ciência e tecnologia, bem como ações/estratégias para incrementar a presença de sua empresa, universidade, instituto de pesquisa etc na imprensa. Ele pretende definir ainda a estrutura de comunicação necessária

### Mitos e motes do house-organ: o foco na Comunicação Interna

A globalização dos negócios, a mudança significativa no perfil do consumidor e a emergência das novas tecnologias passam a exigir uma nova postura também em termos de comunicação interna. Especificamente, os house-organs deverão refletir este novo cenário, deixando de figurar como meros registros formais do dia-a-dia da empresa.

Esta pesquisa busca avaliar se, efetivamente, os nossos veículos internos estão caminhando neste sentido, trilhando o caminho da transparência e da participação, constituindo-se em canais adequados e eficazes da comunicação nas empresas.

para uma adequada divulgação de produtos e processos tecnológicos pela mídia e analisar cases relevantes de divulgação de ciência e tecnologia. O coordenador do Workshop é o professor Wilson da Costa Bueno, com doutorado em Jornalismo Científico pela USP, responsável pela linha de pesquisa em Jornalismo Científico e Divulgação Científica nos cursos de pós-graduação em Comunicação da USP e da UMESP.

Se você tiver interesse neste Workshop, entre em contato com a Comtexto e solicite maiores informações. Os participantes do 13º Congresso gozarão de um desconto especial no Workshop.

### Espelho, espelho meu. Ou como a mídia vê a minha empresa

Pesquisa que avalia a presença de 25 importantes empresas, durante duas semanas, em 15 jornais de prestígio em nosso País.

Obedecendo a uma moderna metodologia, ela busca identificar aspectos qualitativos e quantitativos da cobertura do ambiente empresarial brasileiro.

Dá atenção especial às fontes empresariais, à inserção das organizações em editoriais e colunas específicas e propõe indicadores para avaliar a presença de empresas e seus concorrentes na mídia. Ela compara setores empresariais e identifica nichos de divulgação na imprensa.

#### INFORMAÇÕES

Quaisquer informações sobre o Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial e sobre o 1º Workshop de Comunicação Científica e Tecnológica podem ser obtidas junto à:

**comtexto**

Comunicação e Pesquisa

Rua João Fraissat, 57

Vila Romana

São Paulo - SP

CEP 05048-040

Fones: (011) 3865-6327.

(011) 256-9929

Fax: (011) 3865-6327

E-mail:

comtexto@dialdata.com.br

# Só uma Comunicação Empresarial integrada pode fazer sentido num mundo globalizado

Não faz muito tempo, para muitas empresas, a Comunicação Empresarial se caracterizava como mera perfumaria, ou seja, algo que se podia descartar, sem prejuízo algum, a qualquer momento. Pouco a pouco, premidas pelas circunstâncias, as organizações (empresas, associações, sindicatos, institutos de pesquisa, universidades e o próprio Governo) se deram conta de que este conceito era absolutamente equivocado. Os exemplos das empresas-líderes alertaram para uma nova realidade: a Comunicação Empresarial se constitui em insumo estratégico e, como tal, integrante do próprio negócio da empresa. De mero apêndice e de item que significava simplesmente despesa, a Comunicação evoluiu para um investimento lucrativo, consolidando-se como elemento vital no processo de tomada de decisões, capaz de estabelecer parcerias, de fixar imagens e de revigorar a moderna gestão empresarial.

Enfim, temos, hoje, a maioria. Um novo paradigma de Comunicação Empresarial emerge nos

dias atuais, comprometido com a visão, a missão e o futuro da empresa, exigindo, portanto, posturas modernas, como a transparência, a pró-atividade, a agilidade e o profissionalismo.

O 13º Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial se insere neste novo cenário. Por isso, ele busca, além do resgate de experiências profissionais relevantes, trazer a contribuição do ambiente acadêmico, das pesquisas sistematizadas e instaura um novo olhar sobre a área. Sai a perspectiva fragmentada que vê a Comunicação Empresarial como mera superposição de atividades (assessoria de imprensa, RP, Marketing etc), muitas vezes com suas idiossincrasias e conflitos, e entra uma visão ampla, integrada, que pressupõe um compromisso inadiável com o universo da empresa (novos negócios, marketing estratégico, análise da concorrência, interação com a mídia e com a comunidade).

O empirismo e a improvisação cedem lugar, definitivamente, ao planejamento, à definição de estraté-

gias e à sinergia entre profissionais de comunicação, a alta administração, as áreas de Recursos Humanos, Marketing; todos, sem exceção, convergindo para satisfazer o cliente. Se sua empresa pratica esta nova realidade ou está empenhada em exercitá-la, num futuro próximo, você não deve perder a oportunidade de trocar informações com colegas de outras empresas que também estão vivenciando este novo perfil da Comunicação Empresarial brasileira. Se sua empresa ainda não acordou para este novo cenário, este é o momento de entrar em contato com o "know-how" dos que já estão "surfando" neste novo mundo. Só não dá para fechar os olhos e fingir que as coisas continuam do mesmo jeito. Como diz o ditado, quem vira as costas para o inimigo, está arriscado a tomar um belo chute no traseiro.

Encare a realidade de frente. Ouça, fale, debata, sugira, critique, respire Comunicação profundamente. Participe do 13º Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial. Nós estamos esperando por você.

## Veja como é fácil se inscrever no 13º Congresso

Para efetuar a inscrição, proceda da seguinte forma:

**1) Depósito do valor da inscrição no:** Banco Itaú Agência 0399 CC: 11233-3 em nome de Comtexto Comunicação e Pesquisa

**2) Envio de comprovante deste depósito,** via fax ou correio, para a Comtexto, **acompanhado de dados do participante** (Nome,

cargo) e **da empresa** (Razão Social, endereço, telefone para contato, CGC e Inscrição Estadual). Estas informações permitirão à Comtexto emitir recibo ou nota fiscal, equivalente ao valor da inscrição, a ser encaminhado à empresa.

**O preço da inscrição é de:** R\$350,00 (trezentos e cinquenta reais) até o dia 30/04/98;

R\$400,00 (quatrocentos reais), depois do dia 30/04/98.

**Observação importante:** Neste valor, não estão incluídos o almoço e o estacionamento no local do evento. Estão incluídos o material entregue aos participantes e os coffee-breaks durante os dias do Congresso.