



Caderno de Relações Públicas

**PRÊMIO
OPINIÃO PÚBLICA**

97

CONRERP-CONSELHO REGIONAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS - 2ª REGIÃO

**PRÊMIO DESTAQUE
PROFISSIONAL**

97

CONRERP-CONSELHO REGIONAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS - 2ª REGIÃO

**RELATÓRIO DA
GESTÃO 95/97**

CONRERP EM AÇÃO

Brasmotor S/A

Comunicação: ação permanente

Objetivos definidos em Planejamento Estratégico, táticas alinhadas com as exigências atuais, utilização de processos de avaliação sistemática de resultados e de melhoria contínua das atividades. Esses são alguns dos instrumentos da Assessoria Corporativa de Comunicação Social da Brasmotor para a realização do trabalho de planejamento e coordenação das ações de Relações Públicas, Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa, Marketing, Publicidade e Propaganda.

O Planejamento Estratégico, definido durante *workshop*, é realizado com a participação dos profissionais de comunicação das Empresas Associadas. Uma delas é a Multibrás S.A. Eletrodomésticos, maior fabricante de produtos de linha branca da América Latina, com as marcas Brastemp e Consul; outra é a Embraco, segunda maior produtora mundial de compressores herméticos para refrigeração. Ao todo, o Grupo conta com cerca de dez profissionais de comunicação, entre assessores, coordenadores e analistas, distribuídos pelas Empresas Associadas e responsáveis por atender à demanda nas diferentes áreas.

Pode-se ter uma idéia da diversidade de temas de trabalho no campo da comunicação, tomando como exemplo as solicitações da imprensa. Pelo fato de ser líder nos setores em que atua, o Grupo Brasmotor recebe cerca de seis solicitações diárias de entrevistas, o que dá uma média de 120 ao mês. Isso em épocas de pouca demanda. Os jornais e publicações internas também consomem uma energia razoável. Ao todo, o Grupo tem 13 publicações periódicas, dirigidas ao público interno. São 65 páginas editadas por mês. Considerando a tiragem total, nos meses em que circula a Revista Brasmotor, bimestral, chega-se a mais de 420 mil páginas impressas.

Para avaliar os trabalhos, as pesquisas constituem recurso bastante usado em comunicação no Grupo Brasmotor. São fundamentais para indicar até que ponto os objetivos estão sendo atingidos e para corrigir rotas. Há indicadores claros de que essa estratégia tem sido adequada, como podem atestar as premiações concedidas à Brasmotor: entre outros, Prêmio "Opinião Pública", categoria Empresa do Ano em Comunicação e Relações Públicas, conferido pelo Conrerp em 1996; Prêmio Empresa do Ano em Comunicação Empresarial 1996, concedido pela Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, e a Medalha de Ouro do Quality Forum para a Campanha de Comunicação Brasmotor 50 Anos, premiação internacional concedida pela Whirlpool Corporation, maior fabricante mundial de produtos da linha branca.

Por trás dessa aceitação, tanto interna como externa, está a tecnologia e a cultura que o Grupo acumulou na área de comunicação. Toda atividade é conduzida de acordo com o conceito de valorização do profissional pela informação. Essa idéia tem merecido cuidado especial. O que se busca é deixar claro que os 20 mil funcionários têm o direito de saber das novidades em primeira mão. Ou, pelo menos, simultaneamente com o público externo.

O maior desafio a superar é o de conscientizar as outras áreas da organização sobre a utilidade que a comunicação pode ter como instrumento de gestão. Mostrar que o conhecimento das técnicas de comunicação é tão importante no dia-a-dia como as técnicas de qualidade total. O planejamento, inclui, portanto, a organização de seminários de comunicação voltados especialmente para esses parceiros internos. É com realizações como essas que se traduz na prática o compromisso da Brasmotor com a comunicação como ação permanente.

*Rodolfo Witzig Guttilla é Assessor Corporativo de Comunicação Social da Brasmotor S.A.

The logo for Brasmotor, featuring a stylized globe icon above the word "Brasmotor" in a bold, italicized sans-serif font.