



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Presidente licenciado
Ruy Martins Altenfelder Silva

Presidente em exercício
José Eduardo Gonçalves

Diretor Administrativo-financeiro
Rodolfo Witzig Guttilla

Diretor-secretário
Renato Gasparetto Jr.

Diretor-executivo
Paulo Nassar

Conselho Fiscal
Maria Alice Paoliello Lindenberg,
Gilberto Galan e Roberto Parlatto

comunicação
EMPRESARIAL

REVISTA BRASILEIRA DE
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
ANO 11 - Nº 39
2º trimestre de 2001

Revista Brasileira de Comunicação Empresarial.
Publicação trimestral da ABERJE - Associação
Brasileira de Comunicação Empresarial

Jornalista Responsável:

Nara Alves Damante da Silva
(MTb 21.151 - SJPEP 12.000-6)

Rua Dona Antônia de Queiroz, 474 - conj. 3 -
CEP 01307-010 - São Paulo - SP

Tel.: (0xx11) 255-5518 Fax: (0xx11) 256-8426

e-mail: aberje@aberje.com.br

URL: http://www.aberje.com.br

Editora-executiva

Nara Damante
ndamante@uol.com.br

Supervisão Editorial

Ruy Martins Altenfelder Silva,
José Eduardo Gonçalves, Paulo Nassar
Rodolfo Witzig Guttilla e Renato Gasparetto Jr.

Revisão

Marcelo Lopes

Publicidade

Anna Chala - Tel.: (0xx11) 255-5518

Colaboraram nesta edição

Clayton Melo, Fernando Tadeu Perez, Heródoto
Barbeiro, José Carlos Meira Mattos, José Luciano
Duarte Penido e Paulo Nassar

Edição de arte, revisão, fotolitos e impressão

Kavallet Comunicações e Marketing Ltda.

Tel.: (0xx11) 5589-5079

www.kavallet.com.br

Capa

Criação: Nilo Viegas

Ilustrações

Nilo Viegas

e-mail: nilovieg@dialdata.com.br

As opiniões expressas pelos entrevistados
e articulistas não refletem necessariamente
a opinião da ABERJE.

Para os brasileiros no exterior, o Brasil é sempre a saudosa terra do guaraná, do vatapá (ou do chimarrão), além daqueles símbolos consagrados pelo folclore em torno do País, como Carnaval, futebol, calor e sensualidade e, atualmente, também do tênis de Guga e da crise energética. Sem dúvida, há uma eterna simpatia mundial até mesmo quando passamos por percalços econômicos e estruturais. A constante ciranda de altos e baixos e a falta de planejamento tropical têm espaço cativo nos maiores jornais estrangeiros e esse noticiário tão penoso para os negócios ecoa negativamente sobre os investidores. Estabelecer a confiança na marca Brasil é o desafio dos empresários e comunicadores de empresas brasileiras que atuam no exterior e esse foi o tema escolhido para nossa matéria principal desta edição de Comunicação Empresarial. Adotar critérios rígidos de qualidade para seus produtos e serviços que dêem credibilidade à produção brasileira e comunicar o orgulho de elaborá-los deveria ser prioritário. Como bem reforça o embaixador brasileiro em Washington, Rubens Barbosa,

“precisamos proporcionar a maior quantidade de informação possível sobre o País, de forma aberta e madura, mostrando a complexidade e riqueza de nossa realidade, que exportamos de laranjas a aviões e lutamos para resolver nossos problemas sociais”.

É esse cuidado no desenvolvimento de suas atividades e na comunicação de seus resultados que levou o Banco do Brasil, Copene e Embraco, a serem escolhidas como Empresa do Ano no Prêmio ABERJE Centro-Oeste/Leste, Nordeste e Sul, respectivamente. A premiação máxima da comunicação empresarial acontecerá no próximo dia 26 de setembro, em São Paulo, quando serão homenageadas as empresas vencedoras em 23 categorias. Nesta edição, também temos o consultor do McDonald's e da Walt Disney, Al Golin, fundador da consultoria de comunicação Golin/Harris. Ele relata como a responsabilidade social propicia real envolvimento humano no relacionamento empresa-comunidade e traz em seu bojo uma mudança profunda na empresa e seus funcionários.

Boa leitura!

S U M Á R I O

RESUMO ABERJE	4
ENSINO	6
ENTREVISTA – Al Golin	10
CAPA – Esse é um país sério?	18
PESQUISA	32
FÓRUM	34
ARTIGO – José Luciano Duarte Penido	42
PRÊMIO ABERJE – Qualidade sem fronteiras	44
CASE – Fernando Tadeu Perez	46
SEXTANTE – José Carlos Meira Mattos	50

Estreitando laços entre Brasil e Argentina

Paulo Nassar (*)

Merece destaque o encontro realizado no mês de abril, em Buenos Aires, durante o qual ficou acertada a partilha da base de dados de pesquisa sobre comunicação empresarial produzida por organismos brasileiros e argentinos. Essa foi a síntese da primeira reunião da Associação Latino-Americana de Comunicação Empresarial à qual compareceram representantes de empresas argentinas – da cadeia de fornecedores e gestores de comunicação – além de Paulo Nassar, diretor-executivo da ABERJE, de Rodolfo Guttilla (Natura/Brasil), presidente da Associação de Comunicação Empresarial do Mercosul (Amerco) e de Miguel Ritter (Siemens/Argentina), vice-presidente da Amerco. Representando empresas argentinas estavam presentes: Martín Etchevers, do Grupo Clarín; Mônica Pérez Arias, do HSBC Argentina Holdings; Benjamin Von der Becke, chefe de imprensa do Jornal Metropolitano; Michelle

Saporiti, diretora de comunicação da America Online; Cristian Adoriso, da Massó & Asociados Comunicación Institucional; Maria Del Carmen Farias, diretora da GM Comunicaciones; Carlos E. Paciarotti, diretor de relações institucionais da Rede de Supermercados Disco S/A; Carlos Chaves Del Valle e Hernán da Cunha, respectivamente diretor e responsável por relações institucionais dos Laboratórios Bagó/Roche; Diego Dillenberger, diretor da revista *Imagen*, principal publicação argentina voltada à reflexão da área da comunicação empresarial; e Roberto M. Cancel, gerente de Relações Institucionais do Banco de Inversión Y Comercio Exterior S/A. No encontro, ficou acertada também parceria entre as revistas *Comunicação Empresarial* e *Imagen*.

Voluntariado

Ainda no mês de abril, numa parceria entre a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e o Instituto Roberto Simonsen (IRS), a ABERJE realizou o seminário *Os Novos Negócios e os Relacionamentos Estratégicos em Empresas de Serviço Público*. Participaram das discussões Horácio Lafer Piva, presidente da Fiesp; Ruy Altenfelder, presidente do IRS e da ABERJE; Pio Gavazzi, diretor do departamento de infra-estrutura industrial da Fiesp/Ciesp;

David Zylberstajn, diretor-geral da Agência Nacional de Petróleo (ANP) e Eleno Mendonça, coordenador dos editores-executivos do jornal *O Estado de S. Paulo*. Estavam presentes ainda Eduardo José Bernini, diretor-presidente da Electricidade de Portugal (EDP); Evandro Celso Brito Sarubby, presidente da NovaDutra; Philippe Reichstul, presidente da Petrobras; Eleonora de Lucena, editora-executiva do jornal *Folha de S. Paulo*; Eduardo Navarro de Carvalho, vice-presidente de estratégia corporativa e regulatória do grupo Telefônica no Brasil; Élon Lopes, presidente da Eletronet, e Dante Iacovone, presidente da BCP.

Como primeira ação do *Ano Internacional do Voluntariado*, a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e a Federação das Indústrias de Minas Gerais, por meio do Sesi Minas, promoveram dia 14 de abril, no *Minas Trade Center*, uma discussão pioneira no Estado: “Voluntariado Empresarial – as melhores práticas no Brasil e no mundo”. A principal atração do evento foi a presença do norte-americano Kenn Allen, especialista em voluntariado e presidente mundial da *International Association for Volunteer Effort* (IAVE). Fechando o mês de abril, foram realizados na sede da ABERJE os cursos *Básico de Criação de Jornais Empresariais*, com o jornalista Milton Bellintani,



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Paciarotti, Dillenberger, Nassar e Guttilla: reunião da Amerco.