

November 2009
Novembro 2009

Valor
Setorial

Valor Sectorial
www.valoronline.com.br

COMUNICAÇÃO
CORPORATIVA
CORPORATE COMMUNICATION

SEM FRONTEIRAS

O NOVO PAPEL DOS GESTORES DA INFORMAÇÃO



- DESAFIOS NA
RELAÇÃO COM O
PÚBLICO INTERNO

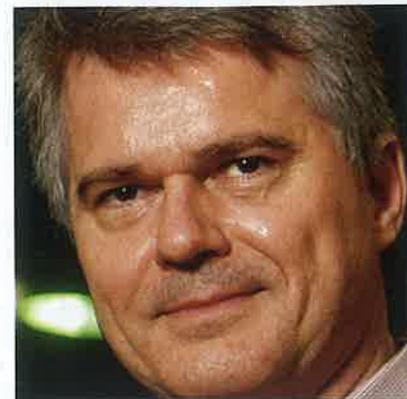
- AÇÕES CULTURAIS
E CIDADANIA
EMPRESARIAL

**WITHOUT
BORDERS**

The new role of
information managers

• Challenges in relating to internal audiences • Cultural actions and corporate citizenship

MÍDIA DIGITAL: AMEAÇA OU OPORTUNIDADE?



Fluxo ágil e impossibilidade de controlar o teor das informações revolucionam o diálogo das empresas com seus públicos

Para alguns, as mídias sociais podem ser uma ameaça. Outros enxergam como uma oportunidade de chegar mais perto do consumidor. O fato é que ainda não existe entre os comunicadores um consenso sobre como lidar com as novas redes e o impacto imediato que podem causar à reputação das empresas. Eles sabem, no entanto, não ser possível controlar e muito menos ignorar canais como blogs, Twitter, Facebook, Orkut e outros que não param de surgir nessa era 2.0.

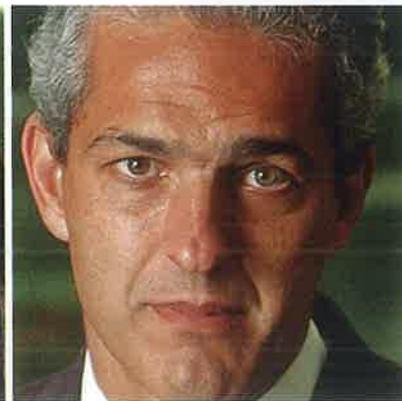
O que pode variar é seu impacto nas organizações, conforme o mercado de atuação. Para empresas de serviços, como de telefonia, por exemplo, que têm como clientes finais milhões de consumidores, a resposta preci-

sa ser rápida. Em uma indústria de base, é possível adotar um prazo maior.

De uma forma ou de outra, esses canais imprimem uma nova velocidade à comunicação. Trazem reações imediatas e reforçam os multipapéis que as pessoas assumem: são, ao mesmo tempo, funcionários, clientes, acionistas e comunidade, em contato direto com a empresa nas mais diversas formas. O conceito da comunicação, em si, não muda, mas fica claro que há um novo modelo de relacionamento com os diversos públicos. O consumidor tem o poder de reagir às informações que recebe, questionando, mostrando suas demandas e até mesmo exigindo mudança na política de comunicação da empresa.

O assunto, uma das grandes discussões da área em todo o mundo, marcou o debate promovido pelo **Valor**, em outubro, em parceria com a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). Além do diretor da entidade, Paulo Nassar, participaram da mesa-redonda os executivos de comunicação da Basf (Gislaine Rossetti); Bayer CropScience (Claudia David); CPFL (Augusto Rodrigues); Grupo Pão de Açúcar (Paulo Pompilio); Holcim Brasil (Ana Claudia Pais); Natura (Rodolfo Guttilla); TAM (Marcelo Mendonça); TIM Brasil (Maurício Bacellar); Usiminas (Ana Gabriela Dias Cardoso) e Vale (Fernando Thompson).

Confira a seguir os principais trechos do debate:



Da esq. para dir.:
Claudia David,
Gislaine Rossetti,
Paulo Pompilio,
Augusto Rodrigues,
Marcelo Mendonça e
Fernando Thompson