



## RBCE tem nova logo

Criada pela Temple Comunicação, a nova marca da Rede Brasileira de Comunicação Empresarial (RBCE) retrata a comunicação transmitida por meio de ondas, conceito já utilizado na marca anterior. Na nova marca, que agora ganha traços mais modernos, as cores da bandeira nacional estão valorizadas e o globo é marcado por pontos interligados para demonstrar a comunicação em rede.

## Editorial

Os brasileiros já nasceram ouvindo falar em crises e mudanças monetárias. Assim, ao longo dos anos, paralelo à evolução da comunicação nos centros acadêmicos, os profissionais que atuam na área empresarial já se habituaram a administrar estes processos e transformar estes momentos em oportunidades.

É inegável que no último trimestre de 2008 houve retração. Mas, tanto o mercado, como as agências, tiveram este período para analisarem o futuro e se prepararem para atuar em 2009. Assim, aquelas que atendem empresas que foram diretamente atingidas, como os setores de mineração, sofreram mais. Porém, paralelo a isso, as oportunidades para gerenciamento de crises e ações de fidelização, de posicionamento de imagem e de desenvolvimento de novos produtos cresceram.

Neste período é patente que as empresas cujas marcas são fortes sofreram menos, bem como aquelas que se comunicam de forma estratégica puderam se consolidar. Isso solidifica a tese que o investimento em comunicação, além de contribuir para que a informação flua de forma adequada, agrega valor às corporações.

A Rede Brasileira de Comunicação Empresarial atua em todo território nacional e em seu último Encontro identificou que a maioria de suas agências não foi abalada com a crise. No primeiro trimestre de 2009 houve retração, porém já é visível a retomada de investimentos neste setor. Transformar crises em oportunidades é o que a Rede, junto com cada agência, defende e aplica.

**Maira Coelho Silva, presidente da RBCE**

## Curitiba 2009

### Encontro anual em Curitiba revela experiências de sucesso

O encontro anual da RBCE no final de junho em Curitiba revelou cases de sucesso e expertises das agências que servem de modelos para os parceiros. Dois painéis e três cases foram apresentados durante o encontro.

A PLANIN, por exemplo, mostrou uma sugestão de avaliação de desempenho que é aplicada na agência ao fim de cada semestre com o objetivo de incentivar os funcionários e que pode render bônus a eles no fim do ano.

Outro painel apresentado, a cargo da Alfapress e da Approach, mostrou metodologias para precificação de produtos e serviços com base em horas-trabalho e complexidade de serviço. Considerando a dificuldade do trabalho e as horas gastas, chega-se à produtividade de cada atendimento.

A Clara Comunicação apresentou um case sobre comunicação integrada para a implantação de usinas hidrelétricas e termelétricas e organizações de audiências públicas. A agência Casa Nova Brasília demonstrou como o PAR (Programa de Relacionamento), da Caixa Econômica,



Parceiras da RBCE mostraram cases de sucesso

atua como uma metodologia de relacionamento, reconhecimento e recompensa para empregados da Caixa.

A Temple apresentou a metodologia de relacionamento, reconhecimento e atuação da agência em processos de licenciamento ambiental e implantação de empreendimentos na Amazônia. E a EDM Logos mostrou como a Revista Unisol, criada para a empresa Marisol, se tornou um case de comunicação ao unificar as linguagens visual e editorial da empresa, passando seus valores e princípios.

## Glossário

### Alfapress produz glossário de moda praia da marca LYCRA®



O Brasil é considerado hoje um dos maiores ícones da moda praia no mundo, com renomados estilistas, grandes eventos e expressiva produção. Segundo informações do mercado, são 85 milhões de peças por ano somente neste setor. Com uma mídia especializada cada vez mais abrangente e exigente, a Alfapress Comunicações produziu para a INVISTA, detentora da marca do fio LYCRA®, o Glossário Swimwear para Jornalistas, nas versões impressa e online. Essa é a terceira edição de um projeto que já lançou o Glossário de Moda e do Glossário Activewear, em 2008, também produzidos pela agência.

O Glossário é um guia de consulta rápida, prático, portátil e que auxilia os jornalistas de moda em pautas que demandam conhecimentos e informações específicas e aprofundadas do setor têxtil. "Sou formada em tecnologia têxtil e já ouvi muitos equívocos no meio jornalístico, principalmente sobre a composição e constituição física dos tecidos", afirma Eva Coutinho, editora do site Revista Sintética e criadora do Centro de Design de Moda de Osasco.

A edição contém detalhes sobre as diversas composições dos tecidos, combinações entre as cores com os variados tons de pele das brasileiras, assim como os biquínis mais adequados a cada tipo de corpo. Uma fonte rápida e prática de consulta para os jornalistas.

A produção do material, sob a coordenação de Fabiana Gutierrez, gerente de comunicação da fio LYCRA® e de marcas de INVISTA Apparel no Brasil, contou com a colaboração de três consultores de comunicação da Alfapress: Carolina Kossling, Paula Chiaradia e Danielly Herobetta.

## Temple

### Agência comemora bons resultados no Tocantins

A Temple passou da marca de mil propriedades visitadas no trabalho de comunicação que realiza para o Consórcio GESAI nos municípios da divisa do Pará com Tocantins. Desde janeiro, a agência trabalha na comunicação social para levantamento de dados para licenciamento ambiental, esclarecendo a população urbana e rural de oito municípios sobre o projeto de construção da Usina Hidrelétrica de Santa Isabel, que deverá ser instalada naquela região.

A marca foi comemorada pela Temple como a superação de uma meta que envolve o desafio de informar acerca de um tema complexo as comunidades, povoados e vilarejos distantes onde a população tem baixa instrução e os meios de comunicação tradicional são praticamente inexistentes.

Para reforçar a comunicação face a face



Temple faz cadastramento no interior do Tocantins

feita em campo pela equipe, a Temple instalou na cidade de Xambioá (TO) o Centro de Informação da Comunicação Social, que recebe o público para dar informações detalhadas sobre o empreendimento. Com o projeto, a Temple amplia a expertise de comunicação com foco em licenciamento ambiental para grandes empreendimentos.

## M&M

### Fernanda Lozer é a nova contratada

A jornalista Fernanda Lozer é a mais nova contratada da M&M Comunicação, assumindo como assessora de imprensa, responsável pelas contas da Natura e da Associação dos Procuradores do Estado do Espírito Santo (Apes). Fernanda tem uma larga experiência em redação, tendo trabalhado por mais de quatro anos na editoria de Economia do jornal A Tribuna. A jornalista substituiu a amiga Fátima Pittella, que assume a assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Vitória e continua à frente da RBCE.

## Notas

### Texto & Cia cria núcleo para trabalhar com as novas mídias sociais

A Texto & Cia – Comunicação e Marketing criou este ano o seu Núcleo Digital, em fase final de implantação, para ampliar os serviços de mídia digital. O setor é responsável por assessorar os clientes na utilização das novas mídias sociais, como YouTube, MySpace, Twitter e Facebook, e de ferramentas virtuais, como o sistema de RSS, tanto na comunicação interna das empresas, quanto no relacionamento delas com o público e jornalistas. Além disso, também propõe a administração desses mecanismos de relacionamento, com o objetivo de dar unidade à comunicação. Entre as primeiras ações do Núcleo Digital está a criação do twitter da Texto & Cia, que já é responsável por gerar bons resultados na divulgação de ações da assessoria. No microblog são disponibilizadas, muitas vezes em primeira mão, notícias sobre os clientes e sobre a assessoria, além de dicas culturais e matérias interessantes e curiosas relacionadas a temas como comunicação, jornalismo e tecnologia. O twitter da Texto & Cia pode ser acessado através do endereço [www.twitter.com/textoecia](http://www.twitter.com/textoecia). Muitas novidades "digitais" ainda vêm por aí esse ano. Aguardem!.

### EDM Logos participa de eventos nacionais de Comunicação

Em maio, a agência esteve no Encontro Anual da Rede Brasileira de Comunicação Empresarial, dia 22 (PR), e no 12º Congresso Brasileiro de Comunicação Corporativa, de 27 a 29 (SP). Na RBCE, agências de diversos estados compartilharam experiências de gestão e cases de sucesso; no Congresso, conferencistas nacionais e estrangeiros apresentaram novidades e tendências do segmento, como a integração das redes sociais às estratégias de comunicação; desafios do jornalismo com as novas práticas da web e sustentabilidade como diferencial competitivo.

### Alfapress une consultores para a campanha do agasalho

Neste inverno, funcionários da Alfapress Comunicações e amigos uniram forças para iniciar a campanha do agasalho 2009. As doações serão dirigidas à Sociedade São Vicente de Paulo, em Campinas (SP). "Conscientização e reflexão são características importantes para a realização de ações sociais. Na Alfapress, o envolvimento dos colaboradores é fundamental para a obtenção dos resultados positivos", afirma a consultora de comunicação Gabriela Infanger, que está à frente da iniciativa, junto com a consultora Fabiana Freitas. Em novembro do ano passado, a empresa também encaminhou, com o auxílio de funcionários e amigos, doações para as cidades atingidas pelas chuvas em Santa Catarina. Foram 105 kg de alimentos não perecíveis, 150 litros de água, 800 copos e pratos descartáveis, além de roupas.

### Aniversariantes do trimestre:

- JULHO**
- 1º – Iuri Godinho (Contato)
  - 31 – Adriana Ramos (Clara)

- SETEMBRO**
- 5 – Angélica Consiglio (PLANIN)
  - 9 – Robson Rajão (Press)
  - 12 – Simone Gehrke (EDM Logos)
  - 26 – Cid Luis (Alfapress)