

PELAS REDAÇÕES ... PELAS REDAÇÕES ... PELAS REDAÇÕES ... PELAS REDAÇÕES

Em seu 25º aniversário, AutoData promete renascimento

Retomada da indústria, novidades no direcionamento editorial, aumento no faturamento, novos produtos e serviços. Motivos não faltam para que **Marcio Stefani**, *publisher* da **AutoData**, aposte no 25º aniversário da publicação como sendo o ano de seu renascimento.

Depois de um turbulento, quase traumático, processo de reorganização da equipe promovido no começo do ano, e um longo período de reuniões com executivos para apresentar a nova proposta da revista, *site* e **Agência AutoData**, ele acredita que os veículos retomarão o rumo original da criação da empresa, em 1992: explicar, coletar dados e analisar a cadeia produtiva automotiva para executivos e profissionais que compõem o segmento.

“A AutoData surgiu em um período de grande transformação da indústria automotiva, à margem de movimentos como abertura do mercado para importados e a criação da então Câmara Setorial Automotiva”, lembra Marcio. “Se de um lado havia um mercado que começaria a se aquecer, de outro faltavam publicações capazes de explicar aos empresários em que aquele movimento todo impactaria no negócio deles. Foi nesse cenário que nasceu a AutoData”.

Curiosamente, apesar de integrar a equipe desde a primeira edição, ele explica que não teve “culpa” da ideia nem participou da concepção do projeto. As conversas começaram alguns meses antes, a partir da percepção de quatro jornalistas do segmento automotivo que, curiosamente, estavam fora das redações naquele período: **S. Stefani**, **Fred Carvalho**, **Sérgio Duarte**

e **Vicente Alessi, filho**.

Os dois primeiros vinham atuando na área de revistas da extinta **Gazeta Mercantil**, respectivamente como diretor e gerente de Marketing, enquanto Sérgio e Vicente haviam pouco antes deixado a área de Comunicação da **Anfavea**. “Eles perceberam que a imprensa não estava dando a devida importância àquele processo de revolução que nascia na indústria automotiva, e a partir daí resolveram criar um veículo, quase que como uma brincadeira, para explicar o impacto dessa transformação”.

Fizeram, então, em outubro de 1992, durante o *Salão do Automóvel* daquele ano, a *newsletter* AutoData, em formato que mesclava jornal e revista. Repleta de referências e influências da *Gazeta Mercantil*, inclusive com ilustrações a bico de pena substituindo fotografias, a nova publicação quinzenal circulava por assinatura para executivos de montadoras, fábricas de autopeças e entidades.

Pouco antes do lançamento, Marcio, que na época estava na Comunicação da **Scania**, integrou-se ao time com o objetivo de movimentar comercialmente a operação, e um ano mais tarde Sérgio deixou a parceria para montar sua agência de comunicação, a **SD&Press**.

Primeiros apoiadores – Concebido para sustentar-se a partir de assinaturas, o projeto começou a operar com o pé direito. Os primeiros clientes foram a **Associação Brasileira de Concessionárias Chevrolet (Abrac)** e a **Associação Brasileira de Distribuidores Volkswagen (Assobrav)**, cujos presidentes, respectivamente, **Mauri Missaglia** e **Sergio Reze**, fecharam assinatura para distribuir o serviço a todos os revendedores associados. O investimento garantiu a sustentação do negócio nos três meses iniciais, mas após esse período, sem a conquista de um novo assinante de peso, a equipe viu-se com o caixa zerado e a obrigação de continuar a distribuir as edições quinzenais para 700 concessionárias **Volkswagen** e 450 da **Chevrolet**.

Um novo apoio, porém, desta vez publicitário, salvou o negócio e garantiu o seu funcionamento pelos dois anos seguintes. Entusiastas do projeto, o então presidente da **Anfavea André Beer** e o diretor de Comunicação da Scania **Ademar Cantero** fecharam contratos publicitários mensais e passaram a alternar nas edições anúncios de página cheia de suas organizações.

“Nos anos seguintes, com a chegada de grandes multinacionais de autopeças, em sua maioria adquirindo empresas nacionais, a publicação acabou virando uma importante vitrine editorial e publicitária para esse público, movimento esse que viabilizou a consolidação da AutoData como negócio”, lembra Marcio.

Expansão da marca – Para celebrar o primeiro ano da até então *newsletter* quinzenal, em outubro de 1993 foi lançado o especial *Perspectivas 1994*. A publicação, que segue até hoje, reúne informações e projeções das empresas para o próximo ano. “Era uma época em que a internet

engatinhava e não tinha essas informações; então, esse especial surgiu para mostrar números e indicativos do mercado que não existiam em nenhum outro lugar”, comenta Marcio. “Por muito tempo ele foi base para decisões do mercado. Era um sucesso e chegou a arrecadar mais de R\$ 1 milhão em uma única edição”.

Porém, como lembra o *publisher*, as ricas horas de conversas com executivos para reunir informações de suas companhias geralmente rendiam apenas algumas linhas na edição especial, que era focada em números. “Foi então que surgiu a ideia de criarmos um seminário para debatermos o mercado. No primeiro ano ele consistiu em um evento em que S.Stefani e Fred Carvalho contaram o que tinham escutado nas conversas com os executivos, enquanto **Joelmir Beting** falava sobre as perspectivas da economia brasileira e **Alberto Tamer**, de férias no Brasil, aproveitou para expor a perspectiva da economia mundial. Logo de cara foi um sucesso, com mais de 150 inscritos em um evento de dois dias”.

Em 2000 surgiu um novo produto, a Agência AutoData de Notícias. Criada para produzir notícias para o recém-criado *site Panorama Brasil*, a agência sofreu um baque logo em seu terceiro mês de operação, com o fim mais do que precoce do projeto criado pelo ex-governador Orestes Quércia. Com uma redação então inchada, surgiu a ideia de oferecer uma *newsletter* digital com notícias do mercado para executivos. Em poucos meses, mais de 200 assinantes pagos passaram a receber diariamente o serviço.

Claudio Belli



S. Stefani e Vicente Alessi, filho ao fundo e Marcio Stefani apostam em retomar as origens para o “renascimento” da AutoData

Maurício de Paiva



Marcio Stefani durante seminário da AutoData

Luciano Falconi



Contratado em fevereiro, Leandro chega com o desafio de comandar editorialmente a AutoData em sua nova fase

Do auge ao fundo do poço – Com o mercado aquecido, marca respeitada, com mais de dez anos de vida, e uma gama de produtos consolidados, a metade da década passada foi uma fase de ouro para a AutoData. Nesse período a empresa chegou a contar com cerca de 50 funcionários, quase 20 deles jornalistas.

Nomes conhecidos no mercado passaram ou foram criados por lá, como **Marta Pereira (Grupo Printer)**, **Vinicius Romero (Anfavea)**, **George Guimarães (AutoIndústria)**, **Vinicius Piva**, **Marcos Rozen (MIAU)**, **Paulinho Fagundes**, **Camila Waddington**, **Fernanda Canto**, **Mauro Cassane**, **Marcos Sotomayor**, **Raquel Secco**, **Pedro Kutney (Automotive Business)** e **Leandro Alves**, que recentemente retornou à casa para assumir o posto de diretor editorial adjunto.

“Aí veio a crise internacional de 2008, que, se foi apenas uma ‘marolinha’ no Brasil, como defendia o Lula, atingiu em cheio o nosso setor. Com as matrizes em crise, as multinacionais cortaram boa parte dos investimentos aqui no Brasil, e o primeiro deles foi a publicidade. Era curioso, pois mesmo com o mercado automotivo aquecido e batendo recordes, a nossa realidade já não acompanhava essa efervescência havia algum tempo”, comenta o publisher.

Nos anos seguintes, com o faturamento caindo ano após ano, a redação foi se reduzindo para

adaptar-se a uma nova realidade, assim como todo o mercado. Em 2013, após convite do então recém-eleito presidente da Anfavea **Luiz Moan**, Fred Carvalho desligou-se da sociedade e assumiu o cargo de diretor de Relações Institucionais da entidade.

Mudanças, retomada e retorno às origens – O ano de 2017 começou com uma mudança editorial significativa. **George Guimarães** e **Alzira Rodrigues**, dois dos mais experientes e respeitados profissionais da AutoData e do setor automotivo, deixaram a casa em um processo de reformulação das redações, que passaram a ser dirigidas por Leandro Alves (ex-Ford e Volvo), que retornava à AutoData após nove anos.

“A chegada do Leandro foi importante, pois precisávamos nos reaproximar da linguagem empresarial e ele, apesar de ser um profissional jovem, tem grande experiência e por muitos anos atuou do outro lado do balcão”, justifica Marcio. “É alguém que sabe que tipo de informação as empresas precisam. Uma informação mais apurada e de qualidade, que influenciará nas decisões de seus executivos”.

A ideia, segundo ele, é retomar a estratégia que deu origem à empresa, em 1992. Enquanto 25 anos atrás a criação da Câmara Setorial Automotiva era o combustível que movimentaria o setor pelos próximos anos, a aposta desta vez está na

Rota 2030, novo programa de desenvolvimento do setor automotivo nacional. “Assim como em 1992, aproveitamos a crise para formular um produto que ajudará a explicar todo esse movimento para o mercado”, conclui Marcio.

Essa mudança, segundo Leandro, passa por uma profunda reformulação editorial e estratégica dos veículos da casa. “Nos últimos anos, a revista vinha falando muito sobre o produto e pouco sobre o impacto que ele causaria no mercado. Um exemplo mais recente foi o lançamento do **Fiat Argo**. Em vez de ressaltarmos os atributos do carro, passamos a olhar sua produção por um outro ângulo, analisando o impacto que esse novo modelo causará na produção da Fiat e das empresas de peças que fornecem para a empresa”. De fato, ao analisar as recentes edições da

revista AutoData, é possível perceber uma clara mudança em relação às de 2016.

“Outras mudanças estão previstas para as próximas semanas e meses”, destaca Leandro. “Nesse momento, estamos finalizando a reformulação do site, que contará com conteúdo exclusivo para assinantes, e nos próximos dias passaremos a distribuir em novo formato a newsletter diária da Agência Autodata. Também passaremos a distribuir em breve uma edição semanal em inglês desse serviço, para atender a um público ainda pouco explorado, que é o de executivos estrangeiros que atuam no Brasil mas não falam português”.

O resultado dessas mudanças já vem aparecendo, garante Marcio Stefani. Mesmo faltando dois meses para o final do ano, a empresa já superou o faturamento de 2016. “O aquecimento do próprio mercado é, sem dúvida, um importante termômetro para esse resultado, mas a compreensão das empresas sobre os novos rumos da AutoData também influenciou profundamente esse número”, conclui.

Festa – Para celebrar os 25 anos de fundação, a AutoData promove na próxima quarta-feira (22/11), em São Paulo, uma festa para cerca de 200 convidados. A cobertura do evento você acompanhará na edição de **J&Cia Auto** da próxima semana.

carro, passamos a olhar sua produção por um outro ângulo, analisando o impacto que esse novo modelo causará na produção da Fiat e das empresas de peças que fornecem para a empresa”. De fato, ao analisar as recentes edições da

Rodrigo Ribeiro volta a colaborar com o Carpress

Colaborador do **Carpress** desde 2011, **Rodrigo Ribeiro** voltou a produzir materiais eventuais para o site. Com mais de dez anos de experiência no setor, ele vem trabalhando como *freelance* para diversos veículos desde maio, quando deixou a **Revista Carro**, entre eles o programa **Acelerados**, o caderno **Máquina (Agora SP)**, a revista **Quatro Rodas** e para área de produtos *customizados* da **Editora Abril** e da **InPress**. “Sigo em busca de uma oportunidade de trabalho fixa deste ou do outro

lado do balcão. Até lá, continuo a produzir para os mais diversos veículos”, afirma. Os contatos dele são 11-995-304-697 e rodrigopribeiro7@gmail.com.

“Ao avaliar veículos e participar de eventos, como os recentemente promovidos por **Mercedes-Benz** e **Continental**, Rodrigo contribui com um conteúdo técnico que acrescenta e muito ao meu trabalho e do editor-executivo **Wandick Donett**”, afirma o publisher do **Carpress** **Luís Perez**.



Capas das edições número 1 e 330, com títulos semelhantes, simbolizando a retomada da estratégia que deu origem à AutoData



PELAS REDAÇÕES ... PELAS REDAÇÕES ... PELAS REDAÇÕES ...

Autoinforme divulga na próxima quinta-feira (23/11) os resultados do *Maior Valor de Revenda – Autos*

A Agência Autoinforme, em parceria com a **Textofinal**, divulga na próxima quinta-feira (23/11), em São Paulo, os resultados do *Selo Maior Valor de Revenda – Autos 2017*. Em sua quarta edição, a pesquisa, que aponta os veículos com menor índice de desvalorização do mercado, traz entre

suas novidades deste ano a inclusão da categoria *Híbridos/Elétricos*. O encontro será a partir das 11h, no restaurante Fogo de Chão (av. Moreira Guimarães, 964). Credenciamento pelos 11-5535-6294 / 954-620-018 ou confirma2017@autoinforme.com.br.



Arnaldo Figueiredo Tibyriçá é o novo presidente executivo do Grupo Abril

Menos de dois anos depois de assumir o comando do **Grupo Abril**, **Walter Longo** não renova seu contrato e desliga-se de suas funções executivas na empresa. Ele passa a atuar no Conselho de Administração do Grupo, em temas ligados a Estratégia e Inovação.

Para sucedê-lo, **Giancarlo Civita**, presidente do Conselho de Administração da **AbrilPar**, anunciou a nomeação de **Arnaldo Figueiredo Tibyriçá**. Formado em Direito pela PUC/SP, Arnaldo é vice-presidente Jurídico do Grupo há 15 anos, e

participou de diversos conselhos de administração de empresas Abril, integrando também o comitê executivo da *holding* AbrilPar.

Vale lembrar que nos últimos seis anos o Grupo Abril vem passando por seguidas mudanças, tanto em sua estrutura organizacional como os nomes de comando – tanto da extinta Presidência Executiva da Editora como do Grupo. Nesse curto espaço de tempo, passaram pela primeira **Fábio Barbosa** e **Alexandre Caldini**.



Renato Pizzutto

PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO...

Roberto Baraldi integra a lista de *Comunicadores do Ano da Aberje*

Para celebrar seu cinquentenário, a Aberje promete uma festa em alto estilo na próxima quarta-feira (22/11), na Sala São Paulo. Durante o encontro a entidade promoverá a entrega da 43ª edição do *Prêmio Aberje* em 17 categorias, além de troféus para as *Mídias do Ano*, nas categorias *Informação, Opinião, Especializada, Segmentada e Branded Content*, além de homenagear os dez profissionais eleitos *Comunicadores do Ano* pelo Conselho Deliberativo da entidade. Dentre eles

está o coordenador de Relações com a Mídia do **Grupo FCA Roberto Baraldi**, que será homenageado ao lado de **Adriana Lutfi** (Mercado Livre), **Adriano Strighini** (Sabesp), **David Grinberg** (McDonald's), **Fabio Caldas** (CPFL), **Mirka Schreck** (Vale), **Neivia Justa** (J&J), **Othon de Villefort Maia** (Anglo Gold), **Paulo Pereira** (Bayer) e **Mauro Segura** (IBM). Durante o evento um deles será escolhido o *Comunicador do Ano*.



CAOA Chery: como fica o atendimento das marcas?

Com o anúncio da nova parceria entre o **Grupo CAO A** e a **Chery**, fica a pergunta: como será feito o atendimento à imprensa da nova empresa e das marcas até a completa sinergia na operação da nova companhia.

Segundo a gerente de Comunicação com a Imprensa do Grupo CAO A **Déborah Encarnato** (11-5538-1068, 974-501-892 e deborah.encarnato@caoa.com.br), a comunicação de divulgação institucional da nova **CAOA Chery** está centralizada na equipe de *Comunicação* do Grupo CAO A (imprensa@), sob os seus cuidados

e dos assessores **Anderson Cavalcante** (4928, 964-148-985 e anderson.cavalcante@) e **Gerson Almeida** (1206, 964-192-787 e gerson.almeida@).

A equipe trabalhará em sinergia com a **SD&Press** (11-3876-4070), que atua no atendimento à fabricante chinesa desde 2009, quando a Chery chegou ao Brasil. O time, formado por **Priscila Fabi** (priscila.fabi@sdpress.com.br) e **Mariana Larsson** (mariana.larsson@sdpress.com.br), segue respondendo pelas demandas institucionais e de produto da marca que não envolvam a nova parceria.



Evento de Aberje e GM apresentará perspectivas envolvendo comunicação e mobilidade

A **Aberje** e a **GM** divulgam em 28/11, em São Paulo, os resultados da pesquisa *Comunicação e mobilidade: perspectivas profissionais e corporativas*. O levantamento é fruto da segunda temporada do *Laboratório de Comunicação para Mobilidade*, realizado em parceria entre a entidade e a equipe de Comunicação da fabricante.

“Trata-se de uma importante iniciativa, que tem como foco debater questões relacionadas a esse tema, tão relevante no contexto contemporâneo”,

explica **Nelson Silveira**, diretor de Comunicação Corporativa e Marca da **General Motors Mercosul**. “Essa discussão é fundamental, pois estamos no meio de uma revolução nos transportes. Nossos veículos e a forma como interagimos com eles estão mudando, impulsionados pelas novas tecnologias e pela evolução da demanda dos consumidores”.

O encontro será das 10h às 12h, na sede da Aberje (rua Amália de Noronha, 151, 6º). As inscrições são gratuitas.



PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO... PELO MERCADO...

SsangYong reúne imprensa para as primeiras avaliações de sua nova fase no Brasil

Depois de anunciar em setembro a retomada de suas operações no Brasil, a **SsangYong Brasil** convida a imprensa para uma sessão de impressões de direção com os modelos *Actyon Sports*, *Korando*, *Tivoli* e *XLV* na próxima quinta-feira (23/11), na sede da empresa, em Salto (rua Novik, 221), no interior de São Paulo. Durante o encontro, a partir das 10h, o diretor de Operações **Marcelo Feve-**

reiro fará uma breve apresentação dos modelos da marca coreana.

Haverá transporte saindo de São Paulo às 8h30, do Hotel Grand Mercure (rua Sena Madureira, 1.355). Confirmações de presença com **Juliana Sih** (juliana@textofinal.com). Interessados devem informar nome completo, CNH, data de validade, número de celular e RG.

2º Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros distribui R\$ 45 mil no final do mês

A solenidade de premiação do 2º Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros está marcada para 29/11, no Museu do Amanhã, na praça Mauá, no Centro do Rio de Janeiro. Promovido pela **Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, e de Previdência Privada (Fenacor)**, o certame vai distribuir R\$ 30 mil para o trabalho primeiro colocado, R\$ 10 mil para o segundo e R\$ 5 mil para o terceiro. O foco da premiação são as reportagens sobre o mercado de seguros, previdência complementar aberta, capitalização e resseguro,

e o papel exercido pelo corretor de seguros.

O prêmio contempla a *Imprensa especializada* e, na imprensa geral, as categorias *Jornalismo impresso*, *Rádio*, *Televisão* e *Webjornalismo*. Na categoria *Mídia especializada*, o primeiro lugar ganhará também um seguro *Carro fácil* da Porto Seguro.

Mais informações com **Aline Lopes** (aline@lupa.inf.br e 21-999-751-911 ou 2221-0132), na **Lupa**, agência que visitou redações em dez estados para a divulgação do prêmio.



TOME NOTA... TOME NOTA... TOME NOTA... TOME NOTA... TOME NOTA...

Jornalismo de Dados – ■ A **Folha de S.Paulo**, em parceria com o **Google News Lab**, recebe até este domingo (19/11) [inscrições para seu 1º Programa de Treinamento em Jornalismo de Dados](#). O curso abordará a prática jornalística baseada nas ciências da computação, com foco na extração de informações a partir de grandes bases de dados. Com duração de três meses, de 8 de janeiro a 6 de abril de 2018, o treinamento é aberto a programadores interessados em jornalismo e a jornalistas (ou estudantes de jornalismo) com interesse em programação. A seleção para as 12 vagas será feita por prova *online* e dinâmicas presenciais.

Serão oferecidas duas bolsas de ajuda de custo para candidatas que comprovarem necessidade de ajuda financeira. Ministrado em tempo integral, o programa não envolve remuneração.

Mopar – ■ O **Auto Show Colelection** da próxima terça-feira (21/11) receberá a **Noite Dodge Mopar** em homenagem aos clássicos **Chrysler** que fizeram sucesso de 1960 até os dias de hoje. O evento, organizado em parceria com o **Mopar Clube**, de São Paulo, contará ainda com uma edição do espaço motociclismo, com centenas motos raras, espaço para moto-clubes e *test ride* com modelos novos das linhas **Royal Enfield**, **Yamaha**

e **Kymco** em circuito fechado. A partir das 18h, no Sambódromo do Anhembi (av. Olavo Fontoura, 1.209). Credenciamento com **Guilherme Magna** (11-3042-4752, 986-008-988 ou guilherme@camargocomm.com).



APOIO

Esta edição de **J&Cia Auto** contou com o apoio das seguintes empresas assinantes:



S/A LLORENTE & CUENCA

portal dos
Jornalistas
www.portaldosjornalistas.com.br

Perfis biográficos dos jornalistas brasileiros e o noticiário com o vaivém profissional