

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

Solange Fusco deixa a Volvo

Um dos mais longevos ciclos da indústria automotiva chegou ao fim. Prestes a completar 30 anos no Grupo Volvo, Solange Fusco (sol.maria@icloud.com e 41-988-102-68) desligou-se ao final de 2018 da operação de veículos comerciais da fabricante sueca na América Latina.

Formada em Relações Públicas e Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná, ela estava na companhia desde março de 1990, quando foi contratada para cuidar da comunicação interna. Em uma carreira marcada pelo ótimo relacionamento com a mídia especializada, acumulou reconhecimentos e promoções até assumir, há pouco mais de dez anos, a responsabilidade da área de Comunicação da empresa, inicialmente como gerente e depois como diretora para a América Latina.

Por seu trabalho, foi eleita pela *Aberje Personalidade do Ano em Comunicação Empresarial*, em 2004, e esteve na lista de *Comunicadores do Ano*,

em 2016. Venceu ainda o *Top Mega Brasil – Região Sul*, em 2018, premiação direcionada a profissionais de comunicação corporativa. É também uma das fundadoras da representação paranaense do MEX Brasil (Espaço Mulheres Executivas) e coordena o capítulo paranaense da *Aberje*.

“Inqueta”, como ela mesmo definiu-se em entrevista a este *J&Cia Auto*, Solange explica que essa era uma decisão que já vinha amadurecendo há pelo menos dois anos: “Chegou o momento de criar uma nova jornada. Estou montando minha empresa, que funcionará a partir de março. Já tenho inclusive alguns clientes, mas por enquanto não posso revelar. Quero aproveitar essa experiência tão importante que acumulei em minha carreira para trabalhar esse novo momento da comunicação, que exige empresas mais éticas e que precisam melhorar sua reputação”.

Solange destacou o trabalho desenvolvido em seus quase 30 anos de Volvo. Confira:

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

“Acredito que deixo um legado muito bom para a Volvo e para o setor automotivo. Junto com minha equipe, mostramos formas diferentes de fazer comunicação, sempre desenvolvendo ações com foco no interesse dos jornalistas e não apenas da empresa. Fizemos diversos eventos, no Brasil e no exterior, para agregar conhecimento sobre tecnologia e inovação como um todo e não apenas dos produtos da Volvo. Foram anos de uma troca sempre baseada em muito respeito”.

COMUNICAÇÃO INTERNA

“Trabalhamos sempre com o foco em fazer com que os funcionários deixassem de ser passivos e se tornassem personagens ativos na comunicação da empresa. Demos ao funcionário esse papel de gerador de conteúdo, inclusive nas redes sociais. Quando uma empresa é transparente e respeita seu público interno, essa relação fica muito mais fácil”.

DIVERSIDADE

“Esse é um ponto que está em alta hoje, mas que já trabalhávamos há pelo menos 15 anos. A Volvo sempre foi uma companhia muito aberta

nesse sentido, que incentiva a oportunidade para mulheres assumirem cargos de confiança. Eu sou um exemplo dessa realidade e muito me orgulha saber que nunca tive que mudar meu jeito de ser para conseguir o respeito de todos.

O que o mercado e as mulheres precisam entender é que há a necessidade de inserir o público feminino desde a base nas organizações automotivas. Infelizmente, ainda é baixo o número de mulheres que buscam uma formação ligada ao setor. Para aumentar a participação da mulher nessa indústria é fundamental que o processo comece pela base”.

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

“Levantamos muitas bandeiras, principalmente relacionadas à segurança no trânsito, que é uma questão que está intimamente atrelada às estratégias de marca da Volvo. Foram muitas ações reconhecidas, com destaque para o *Programa Volvo de Segurança no Trânsito*, que impactou funcionários, clientes e comunidade com foco em evitar situações que levem a acidentes no trânsito. Como eu disse, é um tema que está diretamente ligado à estratégia global da Volvo, que é muito conhecida pela segurança de seus veículos.

Transição – Na Volvo, a definição de um substituto para sua vaga ainda não havia sido anunciada até o fechamento desta edição, mas a expectativa é de que o anúncio ocorra ainda esta semana. Até lá, demandas de imprensa podem ser encaminhadas aos assessores **Marco Greiffo** (41-3317-8736 e marco.greiffo@volvo.com) e **Newton Chagas** (8296 e newton.chagas@outlook.com).



APOIO

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



S/A LLORENTE & CUENCA





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

"Aquele que ninguém quer" – Pinóquio de Ouro 2018 divulga vencedor

Com o fim do ano, algumas dezenas de prêmios automotivos disputam o interesse de leitores e fabricantes em busca de mais visibilidade ou uma verba extra para fechar o ano "no azul". Um prêmio, porém, certamente não é disputado ou desejado pelas empresas do setor: o *Pinóquio de Ouro*.

Criado pelo sempre polêmico e respeitado Boris Feldman, o concurso "lado B" da indústria au-

tomotiva está em sua 19ª edição e neste ano deu uma trégua às empresas brasileiras. O prêmio foi para o *Pinox*, pino de aço fabricado na Áustria, e comercializado no Brasil pela *BE-Fuelsaver Brasil*, de São Paulo, que promete reduzir em até 20% o consumo de gasolina. O teste promovido pelo portal *Auto Papo* revelou que a promessa não passa de propaganda enganosa. [Confira](#) detalhes do teste.



Rede Globo lidera levantamentos dos +Premiados Veículos do Ano e da História

Depois de divulgar nas últimas duas semanas os resultados dos *+Premiados Jornalistas do Ano* e *+Premiados Jornalistas da História*, *Jornalista&Cia* e *Portal dos Jornalistas* apresentaram nesta semana o desempenho dos veículos de comunicação. Mais uma vez, unificando os títulos, a *Rede Globo* terminou à frente das pesquisas que apontaram os *+Premiados do Ano e da História*.

Na [pesquisa anual](#), a emissora do Grupo Globo terminou na primeira colocação, seguida pelo jornal gaúcho *Zero Hora*, em segundo, e pela

Folha de S.Paulo, na terceira posição. Já no levantamento histórico a *Folha* garantiu mais uma vez a segunda posição, seguida pelo jornal *O Globo*. Foram analisados 154 prêmios em 2018 para chegar ao resultado.

Dentre os veículos automotivos, destaque para a *Quatro Rodas*, que terminou na 100ª posição entre os *+Premiados da História*, com 375 pontos. Também se destacaram na pesquisa as revistas *Autoesporte*, no 157º lugar, com 210 pontos, e *Automotive Business*, em 255º, com 110 pontos.



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

Na justiça – ■ A coluna *Mercado Aberto*, publicada por *Maria Cristina Frias* na *Folha de S.Paulo*, [informou](#) que pelo menos quatro editoras concorrentes e uma gráfica entraram com um pedido junto ao Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) para que sejam consideradas partes interessadas na venda do *Grupo Abril* ao empresário *Fábio Carvalho*. As editoras *Globo*, *Três*, *Panini* e *Ediouro* e o grupo gráfico *EBR* alegaram que a aprovação do negócio foi precipitada e "deixou de considerar efeitos concorrenciais do negócio". Se o pedido for acatado, as empresas poderão pedir a anulação da venda, mas, segundo apurou a coluna, a expectativa é de que o órgão rejeite o pedido.

Petrobras – ■ *Mônica Ferreira* começou este mês como assessora da Presidência da *Petrobras*. Ela vem do *Ministério de Minas e Energia*, em que esteve durante o ano passado. Depois de quase 12 anos na *Vale*,

Mônica deixou a empresa como gerente-geral global de Relações com a Mídia e de Mídia Digital, e assessorou três presidentes, além de outros diretores.

Treinamento – ■ O primeiro curso da *Abracom-SP* em 2019, em 31/1, será *Gestão de projetos digitais – Você sabe MESMO como fazer?*. O *workshop* será conduzido por *Guilherme Mamede*, CEO da *Predicta*, especialista em marketing digital e professor de Mídia Programática na *ComSchool*. Das 9h às 13h, na sede da *Abracom* (rua Jesuíno Arruda, 769, 4º – Itaim Bibi). R.S.V.P: eventos@abracom.org.br ou 11-3079-6839. Mais informações pelo irene@abracom.org.br ou luca@abracom.org.br.

Bolsa – ■ O *Instituto Reuters*, baseado na *Universidade de Oxford*, está com inscrições abertas até 11/2 para jornalistas que desejem se aprimorar no Reino Unido, com bolsa integral. O programa *Journalist Fellowship* exige que o candidato tenha pelo me-

nos cinco anos de experiência jornalística e escreva em inglês com nível suficiente para publicação. Candidatos que não têm o inglês como língua materna devem comprovar proficiência com certificados emitidos pelas instituições credenciadas (como o IELTS). Os participantes terão um supervisor e produzirão uma tese de pesquisa a ser publicada e promovida pelo *Reuters Institute*. Durante o período de estudos, participarão de seminários, intercâmbio com profissionais de vários países e visitas a organizações de mídia. Mais detalhes no [link](#).

Curso gratuito – ■ Estão abertas até 7/2 inscrições para as oficinas de rádio e fotografia do *Projeto Conectados*. Os cursos são gratuitos, com 30 vagas para o curso de rádio, 30 para locução esportiva e 14 para fotografia. As oficinas têm um ano de duração e são responsabilidade da *Fundação Nossa Senhora do Ipiranga (Funsai)*.



De Eduardo Ribeiro e Wilson Barancelli

Protagonistas da Imprensa Brasileira

Apenas: R\$ 7,49

Disponível na amazon

Jornalistas & Cia
LIVROS