

Online

- Geral
- Brasil
- Política
- Finanças
- Empresas
- Internacional
- Cotações

Impresso

- 1° Caderno
- Empresas & Tecn.
- Finanças
- Eu&
- Eu& Fim de semana
- Legislação & Tributos
- Agronegócios
- Suplementos
- Colunistas
- Índice Geral
- Empresas Citadas

Especiais

- Valor 1000
- Valor Carreira
- Valor Setorial
- Valor Financeiro
- Valor Grandes Grupos
- Valor Investe
- Executivo de Valor
- Seminários
- Café da Manhã
- Conversor de moedas
- Estágio

Serviços

- Assinaturas
- Newsletter gratuita
- Comprar conteúdo
- Valor RSS

Geral

- Expediente
- Fale Conosco
- Publicidade
- Marketing

Prêmios

- Valor Social
- Ethos-Valor

Empresa & Comunidade

Edições Anteriores:

21/10/2005 - nº 1371

[home](#) ➤ [impresso](#) ➤ [suplementos](#)

Metas da Giovanni para avançar na área social

Liana Melo, para o Valor Do Rio

O auto-retrato feito pela Giovanni, FCB, com base nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, mostra que essa agência de publicidade precisa melhorar sua performance no relacionamento com o governo e com a sociedade para que possa ocupar um lugar de destaque na galeria das empresas consideradas top no quesito responsabilidade social. Precisa também aprimorar seus valores, investir na transparência e na governança corporativa. Ainda assim, a Giovanni vem apresentando uma performance acima da média nacional nos cinco outros quesitos que compõem o Relatório de Diagnóstico do Ethos.

Foto: Divulgação



Outdoor de campanha para o Instituto MetaSocial: apoio à diversidade

"Foi uma surpresa agradável perceber que estamos ligeiramente acima da média nacional", orgulha-se Álvaro Esteves, diretor de Planejamento e de Responsabilidade Social Corporativa da Giovanni. Foi em meados dos anos 90 que a agência, que tem escritórios espalhados pelo eixo Rio-São Paulo-Brasília, deixou-se contaminar pelo ativismo do terceiro setor. A aproximação começou quando a agência aceitou tornar-se parceira do Greenpeace, assinando uma campanha publicitária pelos "40 anos da bomba de Hiroshima".

De lá para cá, os executivos da Giovanni foram envolvendo-se cada vez mais com as bandeiras levantadas pelo terceiro setor até que seus executivos decidiram constituir um comitê interno para aprofundar as discussões sobre responsabilidade social. "O tema não pode ser apenas discutido, ele precisa fazer parte do DNA da empresa", comenta Esteves, um dos nove membros desse comitê. Durante todo este ano, essa espécie de força-tarefa vai trabalhar com vistas a aprimorar a parceira social e privado. A meta é superar a média nacional em todos itens que compõem os Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial do Ethos, já que um novo auto-retrato será refeito em 2006.

"Queremos sair de um estágio em que apenas criávamos campanhas para entidades do chamado terceiro setor para outro patamar, em que haverá um envolvimento da organização com todos os aspectos da responsabilidade social corporativa", analisa o executivo. Ele comenta que a parceria fechada com a Ashoka Empreendedores Sociais tem por objetivo ajudar a agência a implantar programas internos e externos focados em questões sociais e ambientais. Em contrapartida, a Giovanni vai ceder aos empreendedores sociais chancelados pela Ashoka sua expertise na área de comunicação.

A campanha feita para a organização não-governamental Aliança Brasileira pela Doação de Órgãos e Tecidos (Adote) propiciou o surgimento do primeiro Disque-Transplante do mundo. "Provamos que é possível transformar uma ação social em política pública", diz Esteves. A campanha ainda criou uma espécie de parceria público-privada. Essa PPP do bem juntou o Ministério da Saúde e as empresas Intelig e Telecom, que disponibilizaram o serviço gratuito de 0800.

Até artistas que se recusam a ganhar dinheiro com publicidade concordaram em emprestar sua voz pela causa defendida pelo Instituto MetaSocial (IMS). O ator Lázaro Brandão é a voz que narra a campanha "Ser diferente é normal", onde vários tipos de pessoas, como punks, black powers, tatuados, deficientes visuais e físicos mostram que portadores de necessidades especiais são capazes de levar uma vida normal.

Imprima
esta notícia