



A fonte secou

A comunicação corporativa quer entender melhor o fenômeno comportamental e econômico por trás da web 2.0. Afinal, a lógica da comunicação permanece. Os canais é que mudam

Ex-jornalista do Financial Times, Tom Foremski sentenciou a morte do press release em **fevereiro de 2006**. Em um post no seu blog, ele resumiu o sentimento comum a muitos colegas de profissão: o mundo da comunicação corporativa precisava se reinventar. Foremski fez na época uma série de considerações e até propôs uma nova forma de produzir e organizar o release. Em julho do mesmo ano, a agência de comunicação **Shift** seguiu os conselhos e apresentou aquele que seria conhecido a partir de então como o primeiro release 2.0. Desde então, o mundo dos assessores de imprensa e das agências de comunicação nunca mais foi o mesmo. As empresas passaram a adotar no seu dia-a-dia os recursos do mundo 2.0, de alta interação e sofisticado grau de conversação com os seus consumidores. E os assessores tentam encontrar a

melhor resposta para as novas demandas dos clientes. “Temos de olhar o que acontece ao nosso redor”, Melissa Sayon, diretora da Singular Comunicação. A declaração de Sayon está longe de ser um exagero. Pelo contrário será um dos principais eixos de discussão no workshop “*PR 2.0 – Como os assessores de imprensa e as agências de comunicação podem utilizar a web 2.0 no seu dia-a-dia.*” Promovido por BITES com o apoio da Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom), o Jornalistas & Cia, o workshop reunirá na próxima **terça-feira, 11 de novembro**, em São Paulo, os maiores especialistas desse mercado e profissionais de comunicação corporativa que atuam em empresas e agências de comunicação. “Não é mais possível fazer do mesmo jeito”, diz Marco Barcellos, diretor de marketing da **Cisco Brasil**. Na seção de ca-

ses do evento – que terá o diretor da Pólvora Comunicação, Edney de Souza, e Gustavo Reis da **Tecnisa** –, Barcellos irá apresentar como a sua companhia utiliza os recursos da web 2.0 na sua estratégia de comunicação. Na sala de imprensa da Cisco, por exemplo, é possível acessar as informações em diversos formatos, incluindo ringtones para celulares. Além dos cases, o workshop terá a presença do diretor do Ibope Inteligência, Marcelo Coutinho, que vai fazer uma introdução do mundo da internet colaborativa na visão do mercado. “Guardadas as proporções, o impacto da web na comunicação corporativa muito se assemelha ao que aconteceu na indústria fonográfica”, afirma Coutinho. Assinantes BITES tem 20% de desconto na inscrição que pode ser feita pelo email **pr20@bites.com.br**. A programação completa está disponível [aqui](#).