



Negócios & Propaganda

por **Claudia Penteadó** » claudia@claudiapenteadó.com.br

BATE BOLA **Aline Pimenta**
DIRETORA DA NBS RIO+RIO

“*Testamos, tentamos, erramos, aprendemos*”

A agência NBS ganhou o prêmio de Melhor Case Institucional com o projeto NBS Rio + Rio, no 7º Prêmio Abap de Sustentabilidade, em Belo Horizonte. O projeto foi criado como objetivo facilitar a entrada da iniciativa privada nas comunidades pacificadas e gerar negócios. Desde 2012, tem uma base no Santa Marta.

Quais foram os maiores feitos do Rio+Rio?

Em quase três anos de NBS Rio+Rio, muita coisa bacana aconteceu. Inauguramos nosso escritório dentro do Morro Santa Marta. Implementamos projetos nas comunidades pacificadas com clientes como O Boticário, Coca-Cola, Bom Negócio, Nike, Gloop e Sebrae. Inauguramos uma biblioteca no Santa Marta. Inauguramos outra bi-

blioteca no Morro da Mineira. Levamos palestras e workshops mensais para o Santa Marta. Lançamos o projeto "Mapa de Nós", em parceria com a ONG CIEDS, mapeando a situação de vida e trabalho de pessoas com deficiência em 9 comunidades cariocas. Por tudo isso, o balanço que faço desses 3 anos é muito positivo. Testamos, tentamos, erramos, aprende-



mos, criamos vínculos com as comunidades, estreitamos nosso relacionamento com instituições que estão pensando e agindo por um novo Rio de Janeiro, levamos nosso ponto de vista sobre o papel das marcas na transformação da Cidade para muitas reuniões, fóruns e conversas com nossos clientes e empresas do mercado.

Quais as principais dificuldades para tocar o projeto no dia a dia?

Criamos um modelo próprio e, por isso, nosso dia a dia é um grande laboratório.

No começo, achávamos que precisávamos ter todas as respostas. Mas, felizmente, muito rapidamente nos demos conta de que estávamos montando um projeto completamente novo, sem parâmetros no mercado, e, por isso, precisávamos acolher o risco e o erro. Costumo dizer que, na minha vida profissional, nunca errei e acertei tanto, em tão

pouco tempo! E tenho achado maravilhosa esta experiência.

A comunidade aceitou e acolheu o projeto?

Sim, temos vínculos muito estreitos com as diferentes comunidades pacificadas. A gente chegou devagar, com humildade e transparência, demonstrando que não estávamos ali para ensinar, mas sim para ouvir e aprender. A empatia é uma das ferramentas mais valiosas para o nosso trabalho.

Como envolver a comunidade no projeto, no dia a dia?

Envolvemos a comunidade em todas as etapas do nosso trabalho. Não acreditamos na mobilização da comunidade de "fora para dentro" e, sim, de "dentro para dentro". Por isso, criamos os "Amigos do Rio+Rio" e os "Embaixadores de Projeto". Os "Amigos do Rio+Rio" são um grupo formado por moradores de diferentes comunidades, formadores de opinião, com quem temos um canal estreito para debater os temas que envolvem o início de um projeto. Na etapa

seguinte, de implementação do projeto, contamos com os "Embaixadores": pessoas da comunidade que atendem ao perfil desejado para o projeto e que são contratados para atuar conosco naquele trabalho.

Quais os planos para 2016?

2016 será um ano especial, com os Jogos Olímpicos acontecendo no Rio. Sediar uma Olimpíada vai muito além dos jogos. Representa uma enorme oportunidade de transformação da cidade. O Rio de Janeiro é a cidade brasileira com o maior percentual de pessoas vivendo em favelas. São 22% da população. Não temos como pensar em uma Cidade Olímpica sem considerar as transformações nas comunidades. Para as marcas que querem estar presentes neste importante momento de transformação do Rio, mais importante do que discursar sobre seu amor à Cidade, é agir em favor dela. Então, estamos muito empenhados em aproveitar a grande oportunidade que os Jogos de 2016 representam para o Rio.



FUNDO AMAZÔNIA EM PARIS VIA NOVA/SB

O trabalho de produção do vídeo que presta contas ao mundo dos recursos gerenciados pelo Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no reflorestamento, preservação e conscientização da população local e apresentado para os líderes mundiais presentes na 21ª Conferência do Clima em Paris (COP21) foi todo conduzido pela agência nova/sb. Entre os projetos financiados pelo Fundo Amazônia: Mimirauá, Apiwtxa, ashaninkas, CAR, INPE, IPAM. Foram vinte dias para registrar cinco projetos, todos localizados muito distantes entre si. Da fronteira do Brasil com Peru e Bolívia, à Amazônia embrenhada e quase nunca visitada. Uma aventura que demandou o uso de barco, voadeiras, monomotor. Criação: Antônio Batista (Diretor de criação), Leandro Euzébio e Lia Berbert. Produção da MovieArt com direção do Coletivo Apache.

MX

Associada—A Mullen Lowe Brasil é a nova agência associada da Abap-Rio.

Prêmio—Nesta segunda (7) o Meio & Mensagem realiza a entrega de seu Prêmio Caboré. Entre os concorrentes, na categoria melhor Atendimento, o diretor da Abap-Rio Antonino Brandão, vp de

atendimento e negócios e head do escritório paulistano da NBS.

Pessoas - O escritório da WMcCann Rio conta agora com a presença de Nícolas Romanó, ex-codiretor executivo de criação da McCann Peru, que passa a dedicar-se ao atendimento criativo do cliente Coca-Cola.

Amistoso - Um amistoso nesta terça (8) reunirá personalidades do esporte, amadores e jovens no Maracanã para o Torneio Gol de Letra, maior campeonato social corporativo do Brasil e realizado pela Fundação Gol de Letra. Participam da 9ª edição funcionários das empresas Furnas, Hortifruti, Instituto Nissan e Rede D'Or.