

#Sintonia

Traduzindo a estratégia em experiência para o leitor

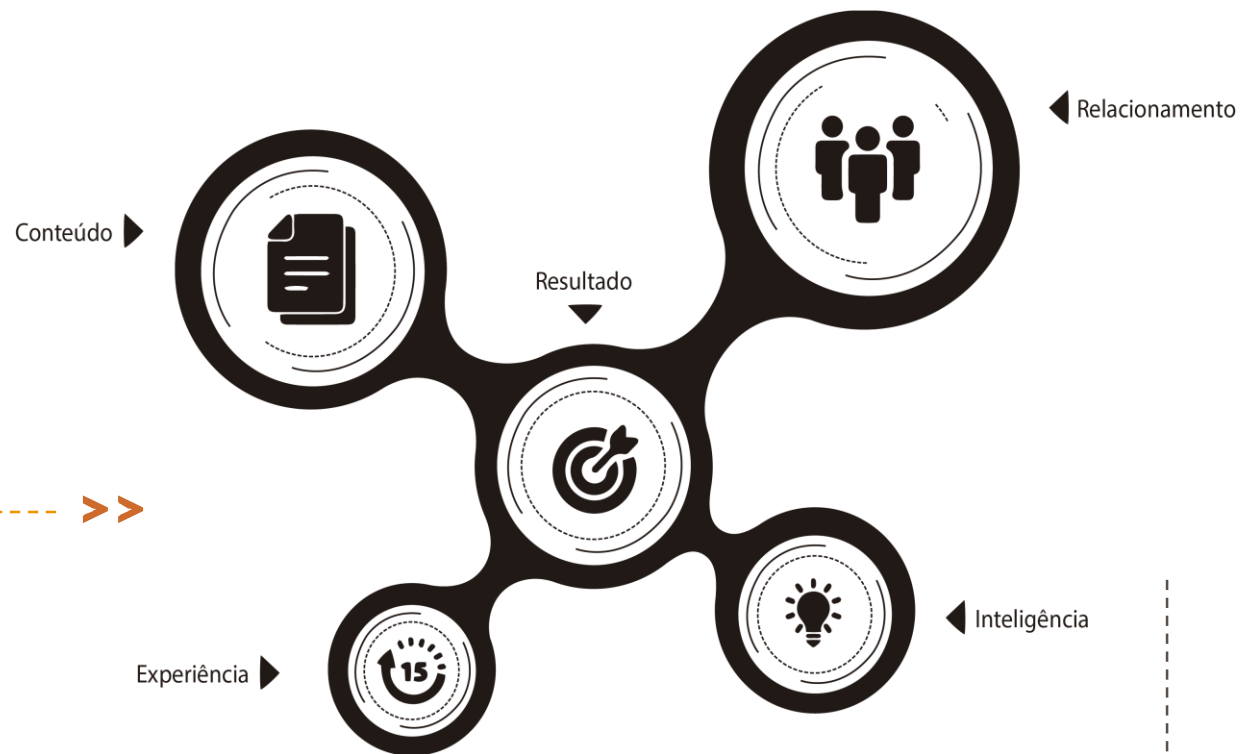


A REDE COMUNICAÇÃO DE RESULTADO

Fundada em 2002, em Belo Horizonte, a Rede Comunicação de Resultado é uma agência especializada em comunicação empresarial, com atuação em todo o território nacional.

Nosso principal produto? A inteligência!

Para isso, atuamos de forma **estratégica** e sob medida e contamos com um time de profissionais comprometidos em proporcionar verdadeiras experiências de comunicação.



@redecomunicacao



redecomunicacao.com



A REVISTA

A Sintonia foi criada pela Rede Comunicação de Resultado em 2016, para fortalecer a estratégia da empresa e dar **protagonismo** aos empregados.

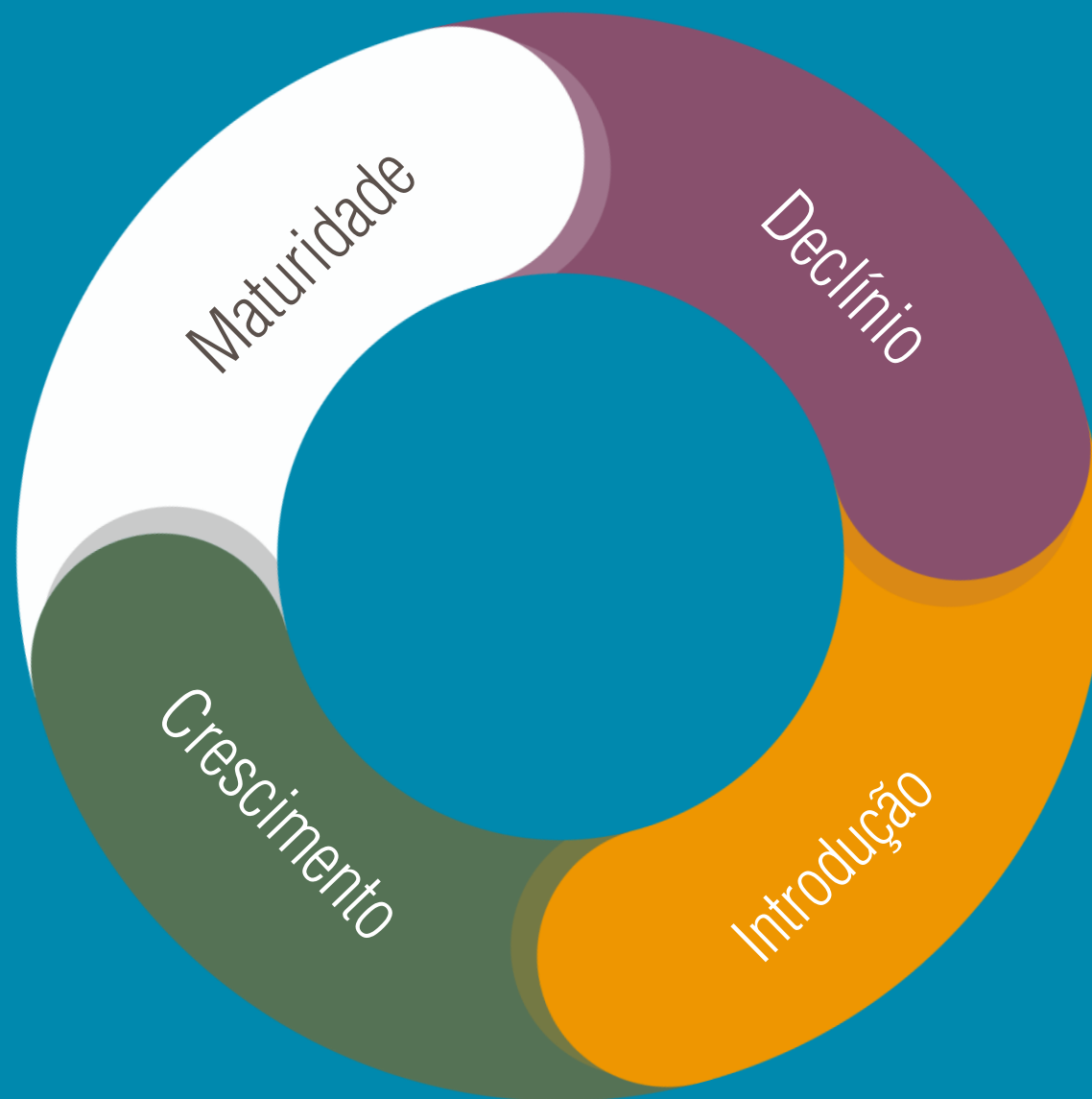
Enviada diretamente para a casa de cada um deles, busca levar às famílias uma visão de futuro, compartilhando para onde a empresa está caminhando.



2016 - 2018

REVITALIZAÇÃO

A necessidade de desenvolver o arco evolutivo da revista Sintonia surgiu a partir de um diagnóstico dos meios internos de comunicação, realizado em 2017, e de uma premissa de analisar todos os canais sob a luz da **curva de produtos**.



METODOLOGIA

- Imersão nos processos e na proposta da publicação
- Análise dos resultados da pesquisa de Comunicação Interna da AngloGold Ashanti de 2017
- Análise do público leitor
- Entrevistas com equipe de comunicação
- Benchmarking e pesquisa de tendências

COM QUEM ESTAMOS CONVERSANDO?



92%
masculino



75%
18 - 40 anos



85%
não cursou ensino superior



operacional



conectado



sem acesso no trabalho

ESTRATÉGIA

Para a nova Sintonia, partimos do entendimento de que os empregados são de gerações conectadas e cada vez mais habituadas com conteúdo interativo, desenhado para o leitor.

Diante disso, buscamos oferecer uma nova experiência de leitura ao público, mesclando as vantagens do **impresso** e do **digital**.

Mídia impressa

- Leitura confortável
- Prazer de folhear
- Informação perene
- Riqueza de recursos gráficos
- Colecionável






Mídia digital

- Linguagem informal
- Leitura objetiva
- Conteúdo hipertextual
- Riqueza de recursos audiovisuais
- Usuário no centro



NOVO PROJETO

No projeto editorial, foi introduzida uma experiência de leitura objetiva, não linear, intuitiva, na qual o leitor faz o seu próprio caminho, escolhendo o que quer ler, na ordem que desejar, podendo navegar entre os meios off-line e on-line e interagir com o conteúdo.



O conteúdo foi evidenciado em todo o projeto gráfico, que inaugurou, entre outros recursos, a mimetização da navegação na web e uma hashtag no nome da publicação.



CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA

A produção de conteúdos audiovisuais, complementares à narrativa fora da revista, também contribuiu para torná-la mais atrativa e dinâmica, do ponto de vista do leitor.

ORQUESTRA OURO PRETO, TOM E TAKAI

“Um cantinho e um violão / Este amor, uma canção / Pra fazer feliz a quem se ama / Muita calma pra pensar / E ter tempo pra sonhar / Da janela vê-se o Corcovado / O Redentor que lindo.” É praticamente impossível ler esse trecho da Covocada de Tom Jobim, sem cantarolar o clássico no ritmo suave da bossa nova. Agora imagine ouvi-lo com as cordas e metais da Orquestra Ouro Preto e na voz de Fernanda Takai.

Essa parceria deu origem ao novo espetáculo que, desde o início de junho, vem sendo representado nas cidades mineiras de Nova Lima, Sabará, Caeté e Santa Bárbara, com o patrocínio da AngloGold Ashanti, por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura. O concerto é um presente da nossa empresa, por conta dos 185 anos de atuação no Brasil, para as comunidades onde estamos presentes. Tenho certeza de que será um espetáculo lindo. Uma celebração da boa música brasileira”, idealiza Fernanda. A seguir, a cantora e compositora nos revela os bastidores desta celebração em homenagem ao inesquecível Tom Jobim.

Filha de um ex-empregado da nossa empresa, Takai participa das comemorações dos 185 anos da AngloGold Ashanti.

Como surgiu a parceria com a Orquestra Ouro Preto?
Já me apresentei com a Orquestra outras vezes e percebo uma admiração mútua entre nós. O maestro Rodrigo Toffolo soube que lancei um disco mapeando uma parte da obra de Tom Jobim e pelo jeito, gostou bastante do que ouvi. Certamente, **o Tom de Takai** parece ter sido feito sob medida para esse reencontro.

Quais as diferenças entre o projeto O Tom de Takai e o espetáculo com a Orquestra Ouro Preto?
No álbum do estúdio, gravamos com uma banda de apenas cinco músicos. Não havia arranjos para cordas e metais, por exemplo. Agora, a Orquestra participa completa, com os arranjos adicionais escritos especialmente para essa série de shows.

Você também tem uma história com a AÇA, já que seu pai, Vítorio Takai, trabalhou na empresa. Quais são suas memórias dessa época?
Lembro que meu pai era uma pessoa muito dedicada ao ambiente da empresa. Gostava de participar do time de futebol, das comemorações anuais, e se dava muito bem com todos os colegas, construindo relações muito sólidas e verdadeiras. Fico feliz em **relatar esse momento**, de alguma forma, com esse projeto junto à Orquestra Ouro Preto.

Quer se emocionar com Tom Jobim na voz de Fernanda Takai? A cantora lançou o álbum O Tom de Takai apenas com canções do início da carreira do compositor. Use a câmera ou aplicativo para a leitura do QR Code e assista ao videoclipe de Estrada do Sol.



Em visita ao Centro de Memória AngloGold Ashanti, Takai se lembrou da história de sua família com a nossa empresa e falou do show comemorativo do nosso aniversário com a Orquestra Ouro Preto. Acesse usando a câmera do seu celular ou aplicativo para leitura do QR Code.

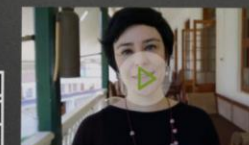

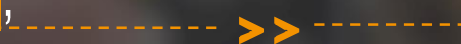


Foto: Shutterstock



COMO VENCER O DESAFIO DE FAZER O LEITOR NAVEGAR ENTRE O OFF- LINE E ON-LINE?

O primeiro passo foi usar o QR Code, ferramenta que mais se assemelha, hoje, ao clique nas plataformas digitais.



Por falar em QR Code, acesse a #Sintonia comemorativa aos 185 anos da AngloGold Ashanti.



O FUTURO É LOGO ALI

Para se manter atual, a #Sintonia continuará acompanhando e evoluindo de acordo com as tendências e mudanças no hábito de consumo da informação e do perfil do leitor. Como meta futura, pretendemos inaugurar as plataformas on-line da publicação e colocar em prática iniciativas sustentáveis que visam à neutralização das emissões de carbono resultantes do seu processo produtivo.



EVIDÊNCIAS E RESULTADOS

”



Eu sempre leio a Sintonia e entendo que ela é uma publicação ‘quase que eletrônica’, porque, mesmo sendo impressa, permite que a gente navegue por ela da forma que a gente quer. As informações são apresentadas de uma forma muito dinâmica e didática, que consegue atrair e prender a nossa atenção. A revista leva a gente para um universo bem além da empresa, nos faz conhecer as famílias dos colegas e conta histórias interessantes. Ela realmente aproxima a empresa do empregado.”

Fernando Celestino, assistente administrativo



Confira também o que outros três empregados acharam da edição de lançamento da #Sintonia



Os resultados quantitativos serão mensurados na próxima Pesquisa de Comunicação Interna da AngloGold Ashanti, em dezembro de 2019.