

Marcas & Negócios

ALIA

De Calia para Alia: agência abre nova fase de expansão

Fundada em 1996, a Calia construiu, ao longo de três décadas, uma trajetória marcada pela solidez técnica, pela presença em todo o país e pela chamada “criatividade estratégica”, conceito que resume a ideia de que a comunicação deve não apenas informar, mas também ajudar a mobilizar a sociedade. Em novembro de 2025, a agência foi incorporada à FSB Holding, grupo que atua desde 1980 e se define como o maior e mais completo ecossistema de gestão de comunicação e reputação da América Latina.

Agora, a empresa dá mais um passo. Desde a última quarta-feira, a Calia se chama Alia, nome derivado do verbo “aliar” que traduz a proposta de unir estratégia, criatividade, inteligência de dados e execução em projetos para clientes públicos e privados. A troca de marca inaugura um novo ciclo de expansão no mercado e preserva a experiência acumulada pela agência, ao mesmo tempo que amplia suas possibilidades de atuação com a integração ao ecossistema FSB.

“A mudança da marca trata-se de uma evolução intencional, não de uma ruptura. Preservamos elementos reconhecíveis do legado da Calia e removemos o ‘C’ como gesto de simplificação e modernização. O nome ‘Alia’ materializa o conceito de aliar: criatividade, estratégia, processos e excelência de execução unidos em um único

gesto visual, direto e contemporâneo”, informa Gustavo Mouco, sócio e CEO da agência Alia.

Ele explica, ainda, que o mercado, a tecnologia e o comportamento do público estão se transformando em um ritmo sem precedentes, e o papel da agência é, justamente, liderar esse movimento. “Este é o momento ideal porque marca a consolidação de uma nova fase do negócio, impulsionada pela nossa integração à FSB Holding. Não estamos abandonando nosso jeito de trabalhar nem a nossa história; estamos potencializando ambos”, complementa.

Segundo o empresário, a iniciativa preserva a presença, o compromisso no dia a dia e a solidez técnica de sempre, agora sob uma marca mais contemporânea e conectada às transformações da sociedade e do nosso ecossistema. A nova etapa de crescimento é orientada por três frentes: a primeira é a expansão orgânica da carteira atual, com as oportunidades oferecidas pela integração à FSB Holding. A segunda é a conquista de novos clientes públicos e privados, enquanto a terceira frente está dedicada a aprofundar a comunicação de massa, um território em que já é reconhecida e que segue em forte expansão.

Com o ganho de escala e a inteligência integrada do grupo, a Alia pretende se firmar como principal referência em

Três perguntas para

Gustavo Mouco, sócio e CEO da agência Alia

Divulgação

O mercado fala muito sobre comunicação orientada por dados e inteligência artificial. Como a Alia transforma essas ferramentas em resultados concretos para seus clientes?

A IA amplifica a nossa capacidade de produzir, testar e personalizar em escala, e acelera a leitura de dados sobre o comportamento do público. Mas a tecnologia é meio, não fim. A curadoria, o contexto cultural e a sensibilidade para falar com o Brasil profundo continuam sendo humanos. Transformamos as ferramentas em resultados práticos usando a tecnologia para

qualificar o processo criativo, e não para automatizar a falta de profundidade.

Como a agência identifica diferenças regionais, culturais e de comportamento para construir campanhas mais eficientes?

Comunicação de massa sem estratégia é ruído; criatividade sem dados é desperdício. Combinando criatividade estratégica e inteligência de dados, é possível falar com milhões de brasileiros de forma relevante, mensurável e economicamente sustentável, tanto no mercado público quanto no privado.

O senhor afirma que a publicidade deixou de ser apenas um instrumento de venda. Como essa transformação muda a responsabilidade das agências perante a sociedade?

Vemos a comunicação tornando-se cada vez mais um serviço à sociedade, e não apenas um instrumento de venda. Confiança é o ativo mais escasso da atualidade, e marcas e governos serão medidos pela sua capacidade de informar, mobilizar e prestar serviço real ao cidadão. Esse é o terreno em que já somos fortes e onde decidimos apostar.

entre marcas e pessoas.

“O foco é crescer em profundidade e relevância, e não apenas em volume”, ressalta Gustavo. Nesse aspecto, o sócio defende que a publicidade deixou de ser apenas um instrumento de venda e passou a desempenhar um importante papel de serviço à sociedade. “Confiança é o ativo mais escasso da atualidade. Marcas e governos serão medidos pela sua capacidade de informar, mobilizar e prestar serviço real ao cidadão. Esse é o terreno em que já somos fortes e onde decidimos apostar”, aponta.

Com operações em Brasília e em São Paulo, a Alia reúne uma equipe de 200 profissionais e atende a clientes nos setores público e privado, entre eles Caixa Econômica Federal, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), Ministério da Saúde, Embratur e Sesc/Senac. “Nossa estrutura é muito sólida e bem dimensionada para o momento atual. Qualquer investimento, abertura de frentes ou movimentação na equipe ocorrerá naturalmente, acompanhando as demandas dos projetos e as necessidades operacionais dos times”, indica.

No que diz respeito às metas de crescimento da Alia para 2027, Gustavo afirma que elas existem e combinam solidez financeira com posicionamento de marca. O foco, segundo o CEO, não está em números puramente transacionais de faturamento ou volume, mas em sustentabilidade e profundidade. A ambição é consolidar a agência entre os principais players do país na gestão de marcas complexas e na comunicação institucional.

Para chegar lá, a estratégia prevê ampliar a participação no setor privado sem abrir mão da liderança no setor público. “Isso passa por aproveitar toda a tração, novos formatos e oportunidades de negócios cruzados que o ecossistema da FSB Holding nos proporciona”, diz.

CASACOR

ÚLTIMOS DIAS

ATÉ 12.10.2026

CASA DO CANDANGO

SGAS 603 SUL

Este projeto foi/é realizado com recursos da Lei de Incentivo à Cultura do Distrito Federal.

PATROCÍNIO MASTER

PATROCÍNIO

TINTA OFICIAL

PATROCÍNIO LOCAL

CARRO OFICIAL

APOIO LOCAL

MÍDIA PARTNER

HOTEL OFICIAL