

Veículo: HOJE EM DIA	Cidade: BELO HORIZONTE - MG
Caderno: CLASSIFICADOS	Coluna: -
Página: 01	Data: 01/04/2003

Relacionamento com a mídia

"As empresas hoje estão preocupadas em estabelecer relacionamento produtivo, transparente e saudável com a mídia. A construção dessa convivência não é feita de improviso. É um longo caminho, que exige profissionalismo, disposição e investimento". Quem afirma é o jornalista e assessor da presidência da Infraero, João José Forni. Ele é um dos palestrantes do 6º Congresso Brasileiro de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas.

Forni vai falar aos comunicadores sobre "Como estruturar uma estratégia vitoriosa de relacionamento com a imprensa". Ele lembra que "as empresas devem estar atentas ao mercado, procurando ter uma presença ativa na imprensa, ocupando espaços nobres, que representam investimento na construção da imagem institucional e na promoção de seus produtos e serviços. Se as empresas e executivos não ocuparem esse espaço, os concorrentes acabarão por fazê-lo com mais competência".

O especialista diz ainda que "monitorar o que a imprensa fala ou pretende falar sobre a empresa deve ser uma prática diária de qualquer instituição que pretenda ter uma boa imagem no mercado. A construção de um bom relacionamento com a mídia, embora possa parecer, não é uma tarefa fácil. É preciso, antes de tudo, que os dirigentes entendam o papel da imprensa como importante para a sociedade e para o próprio mercado", declara. "A crítica, muitas

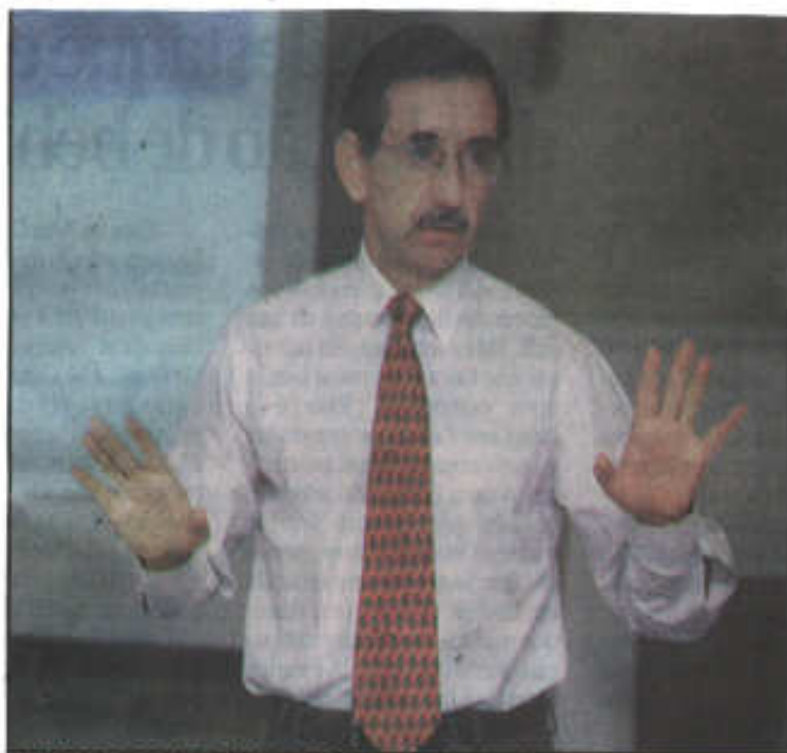
vezes precipitada de executivos mal preparados, de que o jornalista e a mídia só procuram o que existe de negativo, gostam de escândalos e de produzirem manchetes sensacionalistas - e que por isso não gostam de atender os jornalistas - não resiste a uma análise mais cuidadosa", ressalta.

O jornalista diz que para lidar com a imprensa é necessário cultura democrática. "A imprensa livre e vigilante é uma conquista dos regimes democráticos. Ela, por vezes, pode ser arrogante, dissimulada, equivocada, ranzinza até. Mas é melhor uma imprensa assim do que amordaçada. Comunicar-se bem com a imprensa não altera a essência dos fatos. É fácil conviver com boas notícias.

Difícil é aceitar quando as notícias são sistematicamente negativas". Para ele, "se a de-

núncia é procedente, se o produto ou serviço desagradou o consumidor, o que se deve é ouvir as críticas e procurar admitir o erro e corrigir o problema. Pedir desculpas não é crime. E não condenar o jornalista ou publicação que divulgou a mazela. É assim que se conquista o ativo mais importante, quando se fala em relacionamento com a imprensa: credibilidade".

Forni afirma que "credibilidade é a palavra mais forte no relacionamento de uma empresa ou órgão público com a imprensa. E credibilidade se conquista por meio de fontes confiáveis, disponíveis, relacionamento permanente e constante e informação de qualidade. São premissas básicas na construção desse relacionamento", conclui.



RELAÇÃO COM A IMPRENSA terá orientação de Forni

**Investissement
avec style**

Le marché des actions a connu une forte hausse ces dernières semaines, ce qui a entraîné une augmentation de la valeur des portefeuilles de fonds d'investissement. Les investisseurs ont donc pu réaliser de belles performances. Cependant, il est important de ne pas se laisser emporter par l'enthousiasme et de rester prudent. Les marchés financiers sont toujours imprévisibles et il est essentiel de diversifier ses investissements et de consulter un conseiller financier avant de prendre toute décision.

Les investisseurs doivent être conscients des risques associés à l'investissement en bourse. Les rendements élevés peuvent être accompagnés de fortes volatilités. Il est donc recommandé de définir ses objectifs à long terme et de rester discipliné dans ses choix d'investissement.

En conclusion, l'investissement avec style nécessite une approche réfléchie et équilibrée. Ne laissez pas l'émotion dicter vos décisions et privilégiez la prudence et la diversification.

