

“A transparência e a relação com os nossos participantes é uma premissa nossa, e uma esmagadora quantidade de fundações está imbuída nessa procura de comunicar melhor”, sublinhou o presidente da Abrapp e da Forluz, José Ribeiro Pena Neto, ao abrir na semana passada, em Belo Horizonte, no auditório da Fundação Libertas, evento promovido pela Comissão Técnica Regional Leste de Comunicação e Marketing e que reuniu dirigentes, gerentes, conselheiros e comunicadores de fundos de pensão de Minas Gerais. O encontro abordou o tema “Por que valorizar e potencializar os recursos da comunicação nas entidades”.

Relacionamento em pauta - O diálogo dentro e fora da instituição foi enfatizado na palestra de Madelon Piana, especialista em comunicação empresarial da BH Press Comunicação Integrada. Ela ressaltou que as organizações precisam criar uma rede de comunicação segmentada envolvendo todos os públicos, seja interno, externo ou sociedade em geral, e dar consistência ao discurso que utiliza. “É preciso investir no alinhamento entre o que a organização faz e o que ela diz”.

A questão da integração foi reforçada também na palestra “As conquistas da comunicação nos fundos de pensão”, conduzida pela gerente de Comunicação e Relacionamento da Funcesp e coordenadora da Comissão Técnica Nacional de Comunicação e Marketing da Abrapp, Márcia Cristina Locachevic. “O relacionamento com os nossos públicos deve ser prioridade. Comunicação e relacionamento devem andar lado a lado”. Márcia mostrou os produtos de sua entidade e ilustrou fartamente os trabalhos e atividades da área, conduzidos dentro dessa perspectiva, culminando inclusive com a reformulação recente da marca e a decisão corporativa de reunir em uma só área comunicação e relacionamento.

Reputação e percepção na mídia - A partir do tema “Os cacoetes da nossa imprensa e como lidar bem com ela”, Luis Sérgio Tamer, CEO da Tamer Comunicação, ofereceu sua experiente visão sobre como a imprensa e os jornalistas funcionam e deu dicas, por exemplo, de como se preparar para entrevistas. Ele acrescentou que a palavra chave que acompanha a reputação de uma instituição é “percepção”. Esta é construída ao longo dos anos, mas pode ser destruída a qualquer momento se não houver preparo.

Tamer também comentou sobre as mudanças de posicionamento da Abrapp, após sua empresa ter assumido o trabalho de assessoria de imprensa da entidade. Segundo ele, os dirigentes da Abrapp, por exemplo, já foram treinados e preparados para atender à imprensa e como tratar suas demandas. Foram realizados cursos para jornalistas em São Paulo e Brasília e outras inúmeras atividades. Com esse trabalho proativo e intenso, a Associação tem conseguido demonstrar a importância social e econômica do sistema de fundos de pensão para o País, tanto frente a seus participantes quanto à sociedade.

Tamer disse ainda que a comunicação 360 graus é uma realidade nos dias atuais. As mídias rádio, tv, internet, redes sociais, impresso e outras são complementares e têm públicos próprios. Por isso, as empresas precisam se preparar também para atuar em diferentes formatos e linguagens apropriadas para cada uma dessas mídias e seus usuários.

**Fonte:** [Abrapp](#), em 26.10.2015.