

ENTREVISTA José Renato

“Na hora da crise, é melhor comunicar”

O empresário José Renato Lara fala sobre a importância da comunicação nos momentos de crise



FOTO DIVULGAÇÃO/JC

Há 22 anos, o jornalista e publicitário José Renato Lara fundou a Interface Comunicação Empresarial, hoje uma das maiores empresas do segmento em Minas Gerais e com clientes em vários Estados no Brasil. Especializada nas áreas de assessoria de imprensa, comunicação interna, gestão de crises de imagem e produção de conteúdos, a agência já conquistou vários prêmios, entre os quais foi três vezes escolhida como melhor assessoria de imprensa de Minas Gerais. Em 2006, Lara fundou

a Interclip Monitoramento de Informações, que hoje integra o Grupo Interface. Nesta entrevista, ele defende como a comunicação pode ajudar empresas em momentos de crise.

JORNAL DA CIDADE Em momentos de retração econômica, uma das áreas que sofre maiores cortes é a da comunicação. Isso ainda é uma verdade?

JOSÉ RENATO Para algumas empresas, sim. Mas outras pensam de forma inversa. Ou seja, procuram ampliar suas ações de

marketing e comunicação para buscar novos consumidores e abrir mercados. Ou mesmo para aproveitar um momento em que seus concorrentes estão retraídos e conquistar market share. Nesses momentos de recessão, uma empresa não deve parar de comunicar, mas sim buscar otimizar seu investimento, adotar meios criativos de promover seus produtos e suas marcas. Se o orçamento realmente está apertado, existem meios mais econômicos, como as redes sociais e a mídia on-line. Outra alternativa é segmentar a co-

municação, buscando veículos direcionados a públicos específicos e qualificados, perfil no qual se encaixa o JORNAL DA CIDADE. Com verba curta, é preciso ter criatividade e estratégia para buscar superar as dificuldades.

Muitas pessoas não sabem qual a função de uma assessoria de imprensa. Qual é o papel de uma empresa dessa área e como ela pode colaborar para o negócio de seu cliente?

Uma empresa de assessoria de imprensa cuida do relacionamento do cliente com a mídia. Existem várias oportunidades para que empresas, entidades e profissionais liberais estejam presentes no noticiário dos veículos de comunicação, que precisam de boas informações e fontes para suas matérias. A assessoria de imprensa faz essa ponte, auxiliando o cliente a divulgar as notícias de seu interesse, auxiliando-o a identificar o que é realmente atrativo para a mídia e importante para o leitor,

ELE DISSE...

“Nesses momentos de recessão, uma empresa não deve parar de comunicar, mas sim buscar otimizar seu investimento, adotar meios criativos de promover seus produtos e suas marcas”

e oferecendo essas informações para os editores. Nós somos hoje parceiros dos jornalistas que fazem o noticiário do dia a dia.

E quando surge um problema com um cliente que envolve a mídia?

Esse é outro papel importante da assessoria de imprensa. Toda organização está sujeita a problemas que impactam a opinião pública e podem ganhar destaque na mídia. As empresas precisam estar preparadas para esses momentos. A assessoria de imprensa profissional, quando alinhada com o planejamento estratégico da empresa, atua de diversas formas na gestão de crises. Na empresa bem preparada, a assessoria identifica situações de risco que podem gerar crises de imagem e atua preventivamente, evitando que essas aconteçam. Também identifica cenários, antecipa ações diante de fatos que podem ocorrer e treina pessoas para enfrentar essas situações. Quando algum problema ultrapassa os limites da organização e entra como pauta na mídia, a empresa precisa estar preparada para atenuar ao máximo os danos em sua imagem. Para isso, é importante que ela sempre trabalhe seus conceitos positivos, para que conquiste um “crédito de imagem”, ou seja, informações e percepções positivas que serão lembradas pela sociedade em um momento difícil.

Como você vê a comunicação digital?

A Interface tem ampliado cada

vez mais sua atuação nessa área. No Brasil, mais de 80 milhões de pessoas acessam a web diariamente, 70% dos consumidores usam dispositivos móveis para pesquisar produtos e serviços e comparar preços. Somente no ano passado, o comércio eletrônico cresceu 24% no Brasil. Outro dado significativo: 34% dos consumidores já compartilharam experiências com produtos e empresas nas redes sociais. Por isso, é preciso hoje dar grande atenção à comunicação digital.

Como a Interface atua nesse setor?

Utilizamos nossa expertise na comunicação institucional para que o cliente tenha excelente visibilidade nas redes sociais e na mídia digital. Nossa equipe e parceiros especialistas elaboram as estratégias de comunicação digital, que vão desde a correta adequação do site, a análise do comportamento do consumidor e a produção de conteúdos interessantes e relevantes, atualizados de forma constante. Tudo isso reflete na geração de negócios e no aumento do destaque do cliente nos sites de busca, como o Google, hoje um dos maiores “vendedores” de produtos e serviços. Também monitoramos a presença do cliente na mídia, para entender o que o consumidor fala sobre sua empresa e adotamos estratégias de interação com essas pessoas. Tudo isso para que o cliente seja on e off em sua comunicação.



Belo Horizonte FUNDADO EM 1º/9/1959

FUNDADOR Joffre Alves Pereira
(1918/1990)

PROPRIEDADE HAP Comunicação
Empresarial Ltda.
CNPJ 05.346.096/0001-68
INSCRIÇÃO ESTADUAL Isenta

DIRETOR PRESIDENTE
Humberto Alves Pereira
Reg. Prof. 2.334/MG
humberto@jornaldacidadebh.com.br

DIRETOR EXECUTIVO
Humberto Alves Pereira Filho
humberto.filho@jornaldacidadebh.com.br

GERENTE OPERACIONAL
Adriana Alves de Almeida Willcox
adriana@jornaldacidadebh.com.br

REDAÇÃO

Amanda Medeiros
geral@jornaldacidadebh.com.br

JORNALISMO

Natália Vilaça
redacao@jornaldacidadebh.com.br
veiculos@jornaldacidadebh.com.br

ESTAGIÁRIA DE JORNALISMO

Luiza Picchioni

COMERCIAL

Ana Naves
comercial@jornaldacidadebh.com.br

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO

Alameda Oscar Niemeyer, 222
Conjuntos 804/807
Vale do Sereno - Nova Lima
CEP 34.000-000
Tel. (31) 3286-6811 Fax. (31) 3264-0595

E-MAIL

diretoria@jornaldacidadebh.com.br
IMPRESSÃO Sempre Editora Ltda.
As matérias assinadas são de inteira
responsabilidade de seus respectivos autores.



NOTÍCIA **BOA** EM TODOS OS SENTIDOS

www.jornaldacidadebh.com.br

CADERNO ESPECIAL
CASA & DESIGN. TODA
3ª SEMANA DO MÊS.

JORNAL DA
CIDADE
BELO HORIZONTE