ACADEMIA COOL

CONVENÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES PARA UM OCEANO LIMPO

Como fazer uma comunicação eficaz?

OCEANO AZUL fundação

26NOV'22

Media e Relações Públicas
Como comunicar de forma eficaz?

1. Sobre o *modus operandi* da imprensa

Escassez de recursos e situação financeira débil

Redações cada vez mais pressionadas, com pouco meios e muito focadas na conquista de audiências.
Este cenário torna mais difícil captar a atenção dos media para temas que não sejam de atualidade pura, obrigando a maior preparação da comunicação e exigindo um planeamento dos timings mais exigente.

Mindset focado na notícia

O que é importante para a minha organização, pode não ser importante para o jornalista.
Antes de comunicar é essencial refletir se estamos a dar informação que será considerada "notícia".
Exemplo: a associação X fazer um comunicado sobre os benefícios das AMPs para a população ou para os ecossistemas não é uma notícia. A associação X fazer um comunicado a apelar à ação do governo para a aprovação da AMPIC ou a condenar a inércia do governo é uma notícia.

A importância da gestão da relação com jornalistas.

O jornalista não é um amigo. Como em qualquer relação profissional, a relação com um jornalista deve ser bem gerida, doseando os contactos, e garantindo o rigor da informação que se passa. A confiança é fundamental para esta relação e uma vez perdida é quase impossível recuperá-la.

2. A importância de planear a comunicação

Três perguntas a responder antes de comunicar:

- O que queremos comunicar?

  Um evento? Um novo projeto? Os resultados de uma iniciativa? Um tema?

- Quais as mensagens chave que queremos passar?
  - **Mensagens devem ser definidas e muito bem articuladas (treinadas e interiorizadas, se necessário decoradas).**
  - **Não ter medo da repetição da idea/mensagem.**
  - **Utilizar números, ordens de valor ou dados concretos reforça a mensagem.**

- Quem é o público alvo?

  População local / imprensa regional? População em geral / imprensa nacional?

2. A importância de planear a comunicação

Identificar e conhecer o público alvo

A elaboração e atualização constante de uma base de dados de jornalistas é essencial. Devem ser identificados os meios que dão importância aos temas em causa e mapeados os jornalistas que mais acompanham e/ou se interessam por certas áreas.

- Meios locais fazem essencialmente cobertura sobre iniciativas que decorrem naquela região e naturalmente darão mais destaque a iniciativas locais do que os meios nacionais. São lidos por todos os stakeholders institucionais locais relevantes.

- Meios nacionais não fazem quase nunca cobertura sobre iniciativas de âmbito local e têm pouco espaço para dedicar à área de ambiente. A exceção é o jornal Público que tem um espaço fixo dedicado a essa área e, em menor escala, o Expresso que tem jornalistas especializados mas sem espaço fixo. É essencial identificar os jornalistas que acompanham os temas que nos interessam em cada meio. Em muitos deles, o elo de contacto deverá ser o editor de sociedade.

2. A importância de planear a comunicação

Que canais vou usar?

As organizações têm à sua disposição diferentes instrumentos e canais de comunicação: nota de agenda para um evento, comunicado sobre uma iniciativa, artigo de opinião, entrevista, reportagem, redes sociais próprias...
Antes de decidir elaborar um comunicado, deve ser feita uma reflexão sobre a forma mais eficaz de garantir cobertura mediática sobre a iniciativa que a organização pretende divulgar.
Por exemplo, se não houver propriamente uma notícia a divulgar, o comunicado não faz sentido, mas poderá ser publicado um artigo de opinião do líder da organização.

Vou enviar um comunicado. Que timings devo ter em mente?

- Se o comunicado tiver de ser aprovado por outras organizações, é essencial garantir que este tempo está previsto para respeitar os timings de envio.
- O envio do comunicado com embargo pode valorizar a notícia e dar tempo ao jornalista para realizar um trabalho mais aprofundado. Enviar informação com embargo para segundas-feira tende a resultar particularmente bem.
- O contacto com jornalistas antes do envio do comunicado é quase sempre essencial para garantir a cobertura mediática. Da mesma forma, o follow-up é essencial.

3. Como construir um comunicado?

A importância do título

Um bom título tem uma notícia, não é demasiado longo, está escrito no presente, tem informação quantitativa e não tem artigos.

O foco no *lead*

Um bom comunicado tem de captar a atenção nas primeiras frases e tem a informação mais relevante no primeiro parágrafo.

A checklist de um comunicado

- **A "novidade" da informação decresce à medida que se lê o comunicado.**
- **Tem informação de background que contextualiza a notícia ao jornalista, retirando-lhe tempo de trabalho e garantindo que há menor margem para erros.**
- **Tem uma citação que humaniza e dá uma cara à informação que está a ser comunicada.**
- **Tem um tom apropriado.**
- **Tem um "about" sobre a organização.**
- **Tem os contactos, nomeadamente o telemóvel do responsável de comunicação.**
- **Tem apenas uma página.**
- **Tem imagens devidamente creditadas em anexo** (atenção ao tamanho, sempre inferior a 10MB).

3. Como construir um comunicado? exemplo 1

Atraso na criação da Área Marinha Protegida de Iniciativa Comunitário no Algarve prejudica o país

- **Proposta para criação da primeira Área Marinha Protegida de Interesse Comunitária em Portugal foi entregue ao governo em maio de 2021 mas não foi ainda aprovada;**
- **Associação X condena a inação do governo português**

Lisboa, 26 de novembro de 2022 - Mais de 20 meses depois da entrega ao governo da proposta de criação de Área Marinha Protegida de Iniciativa Comunitária (AMPIC) no Algarve, a Associação X lamenta a falta de ação governativa que prejudica o país. Devido a esta inação, o maior recife costeiro do sul do país continua sujeito às significativas pressões da pesca e do turismo, o que coloca em risco a conservação deste importante ecosistema marinho. O governo português, que no âmbito da Conferência dos Oceanos das Nações Unidas se associou ao objetivo europeu e internacional de implementar Áreas Marinhas Protegidas (AMPs) de proteção total ou forte em 30% do seu mar, até 2030, e que em agosto de 2022 se tinha comprometido na criação de um grupo de trabalho para definição das medidas para a criação desta AMPIC, continua a falhar. A Associação X apela a ação governativa para avançar com este processo único em Portugal, construído com base numa investigação científica altamente credível e cujo processo participativo foi exemplar.

Uma AMPIC é uma AMP que, em vez de ser imposta pelo Governo à população, é de iniciativa de uma pessoa, associação ou comunidade, passando por um processo participativo e sendo posteriormente entregue uma proposta ao Governo. Tal como todas as AMPs, tem como principais objetivos a conservação da natureza e a valorização das atividades económicas de base tradicional, através de um processo de cogestão na sua implementação. Quando aprovada, a AMPIC do Parque Natural Marinho do Recife do Algarve será a primeira deste tipo em Portugal.

SOBRE A ASSOCIAÇÃO X: Fundada em 2014, a associação X pretende defender, conservar e proteger o mar português. A associação desenvolve um trabalho de sensibilização na sua comunidade e apela à participação cívica em prol do oceano.
CONTACTOS: Maria Roquete - mariaroquete@jlma.pt - 962 068 300

3. Como construir um comunicado? exemplo 2

Associação X pede ação urgente ao Governo para proteger o recife do Algarve

- **Proposta para criação da primeira Área Marinha Protegida de Interesse Comunitária em Portugal foi entregue ao governo em maio de 2021 mas não foi ainda aprovada;**

Lisboa, 26 de novembro de 2022 - Mais de 20 meses depois da entrega da proposta de criação de Área Marinha Protegida de Iniciativa Comunitária (AMPIC) no Algarve, a Associação X apela o governo português para que, em linha com os compromissos internacionais que assumiu durante a Conferência dos Oceanos das Nações Unidas, aprove com urgência a criação desta àrea marinha protegida.

Apresentada ao governo e à Assembleia da República em maio e junho de 2021, a proposta de criação de AMPIC no Algarve constitui um processo único em Portugal, construído com base numa profunda investigação científica e num processo participativo exemplar, que ao longo de três anos envolveu os Municípios de Albufeira, Lagoa e Silves e dezenas de entidades locais, regionais e nacionais. Através desta AMPIC pretende-se fomentar o uso do mar de forma sustentável implementando processos de valorização das atividades, dos recursos e dos territórios e, simultaneamente, proteger os valores naturais, aumentar o rendimento da pesca, promover um turismo de qualidade e a literacia das comunidades sobre o oceano.

A associação X alerta que "salvaguardar a biodiversidade e a saúde deste ecosistema marinho - o maior recife rochoso costeiro do Algarve - deveria ser uma prioridade para um país que se diz 100% empenhado na proteção do Oceano". E faz um apelo: "é urgente que o governo aprove esta proposta, que resulta de um mecanismo de governação inovador e que poderá inspirar novos processos semelhantes no resto do país".

SOBRE A ASSOCIAÇÃO X: Fundada em 2014, a associação X pretende defender, conservar e proteger o mar português. A associação desenvolve um trabalho de sensibilização na sua comunidade e apela à participação cívica em prol do oceano.
CONTACTOS: Maria Roquete - mariaroquete@jlma.pt - 962 068 300

3. Como construir um comunicado? exemplo 3

Associação X defende os benefícios das Áreas Marinhas Protegidas

As **Áreas Marinhas Protegidas** (AMPs) são áreas geograficamente definidas onde a atividade humana é limitada, com o objetivo de proteger importantes recursos naturais, ou culturais, de forma a preservá-los ao longo do tempo. Essenciais para salvaguardar a biodiversidade e a saúde dos ecossistemas marinhos, estas áreas representam apenas **7% de todo o Oceano.**

No passado mês de Junho, no âmbito da Conferência dos Oceanos das Nações Unidas, o governo português associou-se ao objetivo europeu e internacional de implementar AMPs de proteção total ou forte em **30% do seu mar, até 2030.** Portugal comprometeu-se assim a aumentar substancialmente o número de AMPs nos próximos anos, decisão que a Associação X apoia e considera essencial.

Perante este compromisso, e estando a Associação X a acompanhar sobre o dossier que propôs a criação de uma Área Marinha Protegida de Iniciativa Comunitária no Algarve, **é com muita surpresa que observamos a inércia do governo português na aprovação desta AMP**, que é baseada numa investigação científica altamente credível e cujo processo participativo foi exemplar. A Associação X chama a atenção para os enormes benefícios que esta AMPIC teria para a região, considera que esta deveria ser um exemplo para o país e apela à intervenção rápida do governo português.

SOBRE A ASSOCIAÇÃO X: Fundada em 2014, a associação X pretende defender, conservar e proteger o mar português. A associação desenvolve um trabalho de sensibilização na sua comunidade e apela à participação cívica em prol do oceano.

CONTACTOS: Maria Roquete - mariaroquete@jlma.pt - 962 068 300

4. Como preparar uma entrevista?

O que é comunicar bem?

É transmitir a mensagem pretendida pelo emissor - pensamento, ideia ou informação - de modo a que esta seja **CLARAMENTE** entendida pelo receptor.

Os seres humanos aprendem naturalmente a falar. Contudo, uma comunicação eficaz pressupõe um ***plus*** – não basta emitir palavras com sentido.

Uma boa comunicação para além da organização e encadeamento lógico das ideias envolve, expressão viva de emoções e de informações não verbais / orais.

Para tal, é necessária a aquisição de um conjunto conhecimentos.

4. Como preparar uma entrevista?

REGRA DE OURO: PREPARAÇÃO, PREPARAÇÃO, PREPARAÇÃO.

A preparação dos conteúdos é meio caminho andado para alcançar eficácia da comunicação.

- Definir cirurgicamente as mensagens.
- Limitar a mensagem ao essencial. A **CONTENÇÃO** é uma ferramenta ainda mais útil para as pessoas que, com o nervosismo tendem a estender o discurso.
- Reforçar as mensagens com **dados concretos**, ordens de valor, números (exemplo da AMP da Madeira).

COMUNICAR AMBIENTE

Relacione o seu projeto com o dia-a-dia das pessoas

Use metáforas e analogias. Aproxime a sua ideia das pessoas através das realidades que conhecem e que lhes toca.

Utilize números mas sempre com uma escala mais familiar

Número de dias, número de campos de futebol, 2 x o tamanho de Portugal, etc.

Tenha sempre presente para quem está a falar

Recorde-se do médico que lhe comunica um diagnóstico numa linguagem clínica incompreensível.

Evite jargão científico e siglas.

COMO CONTORNAR PERGUNTAS

As Perguntas que não sabemos responder

1. Podemos assumir que não temos informação para responder à pergunta, aproveitando para muito rapidamente passar a mensagem que queremos.

2. Não devemos dar a ideia de que estamos a ignorar a questão do jornalista – pode suscitar uma sensação de desvalorização e não devemos, naturalmente, criar sentimentos negativos no entrevistador.

Como contornar a questão com subtileza?

Exemplos de gancho para o arranque da nova resposta:

1. "A sua questão é muito interessante, mas deixe-me realçar outro aspecto que contribui de forma mais preponderante para o fenómeno… ".

2. Avançar com um dado novo que deixe o jornalista curioso e siga por esse caminho.

3. Ilustrar a nova informação com um número, %, uma ordem de grandeza que revele o impacto.

4. Criar uma imagem que permita visualizar a ideia.

TIPOS DE PERGUNTAS ARMADILHA

TIPOS DE PERGUNTAS ARMADILHA

Perguntas no sentido de resposta especulativa

Evitar previsões especulativas referindo os factos e dados disponíveis e utilizando escapatórias como: avaliemos a evolução da situação … o melhor é ficarmos pelos factos existentes.. vamos ver o que vai acontecer.

Perguntas que remetem para a nossa opinião pessoal

Não partilhar a opinião pessoal sempre que estiver em representação da sua organização. Neste contexto não deve utilizar o “para mim” ou "na minha opinião". A posição, ideia, perspectiva é sempre da instituição que representa podendo referir “ a Associação considera …” ou "de acordo com os principios fundadores, com a missão..."

Perguntas de sim ou não

Não ceda ao truque. Pode cair numa armadilha. Não tem que responder no mesmo registo da pergunta. Pode responder com humor que “para o bem e para o mal a realidade é bem mais complexa…”, que a analise da situação / dado não cabe num"sim ou não".

TIPOS DE PERGUNTAS ARMADILHA

Perguntas sobre opinião de terceiros

Não comentar opiniões de terceiros. Fazer a transição para a mensagem/opinião a passar.

Pergunta colocada duas vezes

Não tenha receio de repetir a resposta. Não alterar o conteúdo da mensagem a passar e responder sempre como se fosse a 1ª vez.

Regras básicas a reter

Uma das grandes virtudes de um falante é ser explícito e sucinto tornando o seu discurso breve.
Um bom discurso é aquele que é memorizável.
Um bom discurso é habitualmente pouco longo.

Princípios básicos a considerar quando nos dirigimos a uma audiência ou a um órgão de comunicação social:

- Não minta
- Nunca fale sobre um assunto que não domina
- Não se apresente sem preparação prévia
- O discurso é para as pessoas/audiência. Fale para eles.
- Seja empático, explícito e breve

DÚVIDAS?

ACADEMIA COOL

CONVENÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES PARA UM OCEANO LIMPO

OCEANO AZUL
fundação