

# O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO DAS ENTIDADES DE CLASSE COM A SOCIEDADE



**XLIII ENCONTRO DA FENALE**

**Salvador (BA),  
de 19 a 22 de novembro de 2019**

**Jornalista  
Gaspar Bissolotti Neto**

**Jornalista  
Sylvio Micelli**



# COMUNICAÇÃO

Comunicação é uma palavra derivada do termo latino "**communicare**", que significa "partilhar, participar algo, tornar comum".

Por meio da comunicação, os seres humanos e os animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade.

Desde o princípio dos tempos, a comunicação teve importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, de troca mútua e desenvolvimento.

O processo de comunicação consiste na transmissão de informação entre um emissor e um receptor que descodifica (interpreta) uma determinada mensagem.



# COMUNICAÇÃO

A mensagem é codificada num sistema de sinais definidos que podem ser gestos, sons, indícios, uma língua natural (português, inglês, espanhol etc.), ou outros códigos que possuem um significado (por exemplo, as cores do semáforo), e transportada até o destinatário por meio de um canal de comunicação (o meio por onde circula a mensagem, seja por carta, telefone, comunicado na televisão etc.).

Nesse processo podem ser identificados os seguintes elementos: **emissor, código (sistema de sinais) e canal de comunicação (meio) e receptor**. Um outro elemento presente no processo comunicativo é o **ruído**, caracterizado por tudo aquilo que afeta o canal, perturbando a perfeita captação da mensagem (por exemplo, falta de rede no celular).



# COMUNICAÇÃO

Quando a comunicação se realiza por meio de uma linguagem falada ou escrita, denomina-se **comunicação verbal**. É uma forma de comunicação exclusiva dos seres humanos e a mais importante nas sociedades humanas.

As outras formas de comunicação que recorrem a sistemas de **sinais não-linguísticos**, como **gestos, expressões faciais, imagens**, etc., são denominadas **comunicação não-verbal**.

Alguns ramos da comunicação são: **teoria da informação, comunicação intrapessoal, comunicação interpessoal, marketing, publicidade, propaganda, relações públicas, análise do discurso, telecomunicações e jornalismo**.

O termo "**comunicação**" também é usado no sentido de **ligação entre dois pontos**, por exemplo, os meios de transporte que fazem a comunicação entre duas cidades ou os meios técnicos de comunicação (**telecomunicações**).





# MEIOS DE COMUNICAÇÃO

HÁ 23 ANOS...

- TV
- RÁDIO
- JORNAL
- TELEFONE
- TELEX
- FAX
- BANNER
- BUSDOOR
- FACHADAS
- OUTDOOR
- CARTA, POSTAL
- INTERNET DISCADA DE POUCO ACESSO

HOJE...

- TV
- TV A CABO
- RÁDIO
- PODCAST
- JORNAL
- INTERNET DE ALTA VELOCIDADE
- SMARTPHONE
- TABLET
- SMS
- WHATSAPP

• TELEGRAM

- E-MAIL
- BLOGS
- REDES SOCIAIS
- MÍDIAS EXTERNAS DIVERSAS (BANNER, BUSDOOR, FACHADAS, OUTDOOR)
- MÍDIAS MOBILE PARA SMARTS
- E VEM MAIS...

1997

2020

23  
ANOS

FENALE  
UNIÃO E REALIZAÇÕES  
FENALE SEMPRE!

# VOCÊ CONHECE O SEU PÚBLICO?

- Você é um **EMISSOR!**
- Conhece seu **RECEPTOR?**
- Sabe de seus **GOSTOS?**
- O que passa pela **CABEÇA** de seus associados?
- Que tipo de **ABORDAGEM** adotar?

**NOSSO RECEPTOR É  
HETEROGÊNEO...  
E AÍ O BICHO PEGA...**



# QUE TIPO DE MÍDIA ESCOLHER?

## TRADICIONAL

- IMPRESSOS
- RÁDIO
- TV
- TELEMARKETING

## NOVAS MÍDIAS

- WHATSAPP
- SITES e BLOGS
- HOT-SITES
- E-MAIL MARKETING
- REDES SOCIAIS (FACE, INSTAGRAM, TWITTER, LINKEDIN...)

**OU**

**USE**

**TODAS**



# CUIDADO!!!!

“Com o advento das novas mídias, muitas entidades (associações, sindicatos, federações, confederações e centrais) acreditam que devem prescindir de suas publicações impressas!

## É um erro.

- O seu **jornal** entra na **casa do seu associado**
- Você pode **conversar diretamente com ele**, de forma segmentada
- A **credibilidade de um jornal impresso** (ainda) é inabalável”

*Palavras do Jornalista Sylvio Micelli em sua apresentação no Congresso da FENALE em novembro de 2012 e continuam atualíssimas*





Além da **importância do jornal impresso**, não podemos nos esquecer de dois fatores importantes no País:

- há muitos **IDOSOS** que não tem intimidade com a máquina (e muitos deles são nossos associados) e com a atmosfera tecnológica; e
- temos ainda um “**ANALFABETISMO DIGITAL**” muito grande.



# AGREGUE VALOR!

- Mantenha uma **publicação impressa** de forma periódica para criar identidade com seu associado
- Mantenha um **site atualizado**, que traga informações sobre aquilo que o seu associado deseja saber e desperte o interesse pelo novo ou pelo antigo com novo olhar
- Promova **debates pela Internet** e chame o seu associado a contribuir
- Se possível, crie **cursos para os seus aposentados** e inclua-os na **era digital**



# FAÇA SEU MATERIAL COM QUALIDADE

- **Valorize** o investimento de seu associado
- Promova a associação, federação, confederação ou central, com **qualidade e constância**
- Defina uma **periodicidade** do seu jornal e não falhe
- Avalie o custo X benefício buscando o **melhor preço**, mas **SEM ABRIR MÃO** da qualidade de conteúdo e apresentação.  
**NADA DE XEROX PB!**
- **Jornalistas? Só diplomados!**
- Fazer um jornal não é a mesma coisa que escrever uma carta.



# FAÇO UM SITE OU MONTO UM BLOG?

- Uma associação, sindicato, federação ou confederação deve manter um *site*, que é algo **profissional**.
- É importante, também, a busca de uma empresa qualificada. Há infelizmente produtos e produtos, quando falamos de Internet e você deve buscar valorizar sua marca.
- Há *blogs* maravilhosos e extremamente profissionais, mas o *blog* tem como principal característica, ser uma espécie de diário *online*, algo bem pessoal. Vale como um **complemento** do *site*, mas **NÃO** o substitui.



# DE QUE LADO VOCÊ ESTÁ? E DE QUE LADO A GRANDE MÍDIA ESTÁ?

- Não crie ilusões para si mesmo
- Não crie ilusões para os seus colaboradores
- Não crie ilusões para os seus associados
- A grande mídia defende o lado do capital econômico
- A grande mídia precisa dos anúncios governamentais
- A grande mídia vende o interesse dos governantes, quaisquer que sejam eles, e dos bancos
- Cases – grande mídia X funcionalismo

NA GRANDE MÍDIA, SERVIDOR PÚBLICO É  
“VAGABUNDO”, “CORRUPTO” E “CUSTOSO” PARA O PAÍS  
VIROU O BODE EXPIATÓRIO DAS MAZELAS NACIONAIS





# BEM-VINDO AO MARAVILHOSO MUNDO DAS REDES SOCIAIS!

## MAS... CUIDADO!

SÃO ÓTIMAS FERRAMENTAS SE BEM  
UTILIZADAS

# X

MAS PODEM CAUSAR GRANDES  
ESTRAGOS COM DANOS  
COMPROMETEDORES ÀS IMAGENS  
PESSOAIS E PROFISSIONAIS



# BEM-VINDO AO MARAVILHOSO MUNDO DAS REDES SOCIAIS!

- NÃO EXISTE UMA ÚNICA REDE SOCIAL QUE SUBSTITUA AS DEMAIS. ELAS COMPLEMENTAM UMAS ÀS OUTRAS. ESCOLHA AS PRINCIPAIS E USE-AS COM PARCIMÔNIA.
- DISPONIBILIZE OS BOTÕES DE ATUALIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS EM SEU SITE OU BLOG PARA GERAR ENGAJAMENTO E COMPARTILHAMENTO DO INTERNAUTA.
- REDES SOCIAIS DEVEM SER TÃO ATUALIZADAS QUANTO ÀS DEMAIS MÍDIAS. REDE SOCIAL ABANDONADA É GOL CONTRA.
- SAIBA DIFERENCIAR AS REDES SOCIAIS DA ASSOCIAÇÃO E AS SUAS REDES PESSOAIS. ELAS PODEM E DEVEM SE RELACIONAR, MAS CUIDADO COM OPINIÕES PESSOAIS QUE NÃO, NECESSARIAMENTE, SEJAM DA ENTIDADE.
- RESPONDA ÀS DÚVIDAS, MAS EVITE O EMBATE DE OPINIÕES QUE LEVAM DO NADA A LUGAR NENHUM. MUITA GENTE GOSTA DE APARECER. NÃO DÊ “PALANQUE”.



# BEM-VINDO AO MARAVILHOSO MUNDO DAS REDES SOCIAIS!

## orkut

ORKUT (2004/2014)

FOI A PRIMEIRA GRANDE REDE SOCIAL DA DÉCADA PASSADA. CRESCEU DE FORMA DESPROPORCIONAL E ACABOU POR SUCUMBIR. SUAS CARACTERÍSTICAS FORAM AGREGADAS POR OUTRAS REDES QUE SURGIRAM.



FACEBOOK – TAMBÉM DE 2004, CHEGOU A 1 BILHÃO DE USUÁRIOS EM 2012. AGREGA QUESTÕES PESSOAIS, PROFISSIONAIS E ELIMINOU FRONTEIRAS ENTRE OS “COMUNS” E OS “FAMOSOS”. TODOS ESTÃO LÁ. VOCÊ TAMBÉM DEVE ESTAR. PROBLEMAS COM SEGURANÇA DE DADOS TEM AFASTADO O PESSOAL DE LÁ, MAS É AINDA A MAIOR E MAIS IMPORTANTE REDE.



TWITTER – EM 280 (ERAM 140) CARACTERES, POR MEIO DE UM MICROBLOGGING, VOCÊ TEM MUITO A DIZER. LINKS DE SEUS SITES, LINKS DE PARCEIROS E RESPONDER ÀS DÚVIDAS E PERGUNTAS DE SEUS VISITANTES.



# BEM-VINDO AO MARAVILHOSO MUNDO DAS REDES SOCIAIS!



**LINKEDIN – CRIADO EM 2003, É UMA DAS MAIS IMPORTANTES REDES PROFISSIONAIS DA WEB. TRANFORMOU-SE NUM GRANDE PORTAL DE CURRÍCULOS E PORTFÓLIOS NA INTERNET.**

**FLICKR E PINTEREST – O PRIMEIRO DE 2004 E O SEGUNDO DE 2010, SÃO OS PRINCIPAIS PORTAIS PARA COMPARTILHAR FOTOS NA INTERNET.**



**SLIDESHARE – UM DOS MAIS IMPORTANTES SITES DE COMPARTILHAMENTO DE DOCUMENTOS EM PDF E APRESENTAÇÕES DA INTERNET, PERMITINDO, ALÉM DA DIVULGAÇÃO, QUE SEJA AGREGADO A SITES E BLOGS POR MEIO DE CÓDIGO “EMBED”. FOI CRIADO EM 2006.**



# A “CRIAÇÃO” DE FOTOS COM O SEU TOQUE PESSOAL...



**INSTAGRAM – É UM APLICATIVO GRATUITO QUE PERMITE AOS USUÁRIOS TIRAR UMA FOTO, APLICAR UM FILTRO E DEPOIS COMPARTILHÁ-LA EM UMA VARIEDADE DE REDES SOCIAIS, INCLUINDO O PRÓPRIO INSTAGRAM.**

**ESSE APLICATIVO, QUE TAMBÉM FUNCIONA COMO REDE SOCIAL, FOI DESENVOLVIDO E PROJETADO PELO BRASILEIRO MIKE KRIEGER E PELO NORTE-AMERICANO KEVIN SYSTROM (2010), INICIALMENTE PARA USO EM DISPOSITIVOS MÓVEIS APPLE IOS SENDO POSTERIORMENTE DISPONIBILIZADO NO SISTEMA ANDROID.**

**ALÉM DO APLICATIVO PERMITIR AOS SEUS USUÁRIOS COMPARTILHAREM IMAGENS DISPONIBILIZA, TAMBÉM, UMA GRANDE VARIEDADE DE FILTROS E EFEITOS. PASSOU A CONTAR COM VÍDEOS COM O INCREMENTO DO IGTV EM 2018.**

**ELES PODEM COMPARTILHÁ-LAS POR MEIO DO APLICATIVO E EM REDES SOCIAIS COMO TWITTER, FACEBOOK, FOURSQUARE, TUMBLR E TANTOS OUTROS. TAMBÉM À PARTIR DE 2018 PASSOU A OFERECER CONTAS PROFISSIONAIS PARA DIVULGAR SERVIÇOS E PRODUTOS.**





# A INTERNET E O USO DAS MÍDIAS TRADICIONAIS

- **Áudio e vídeo, há muito tempo, não são mais exclusividade do rádio e da TV.**
- **Você pode e deve divulgar o trabalho por meio de vídeos e áudio e até criar programas baseados na Internet.**
- **Surgiram outros, mas o YouTube, óbvio, é o maior site de compartilhamento de vídeos do mundo.**



**Em relação a áudio, o SoundCloud é o mais amigável para compartilhar entrevistas e programas em áudio pela web.**



# Os 7 Pecados Capitais no Mundo Digital



**BEM-VINDO AO  
MARAVILHOSO  
MUNDO DAS  
REDES SOCIAIS!**

**MAS NÃO  
PEQUE!**



# A MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS NA INTERNET

- Em tempos passados, a audiência na *web* era medida pelos famosos *page-views*. Apesar de ainda importante, essa medida perdeu o contexto e a sua relevância com o avanço das redes sociais.
- Hoje, qualquer *site* é mensurado pelo **Google Analytics** e seus derivados (Google Ads, Facebook Ads etc.)
- As várias métricas presentes no ambiente de marketing estão cada vez mais sofisticadas e ajudando muitos empreendedores a medir o famoso ROMI, que é o Retorno sobre o Investimento em Marketing (*Return on Marketing Investment*, na sigla em inglês).
- A mensuração de resultados é uma das ferramentas mais importantes, pois possibilita que você e sua equipe façam o acompanhamento dos dados, oferecendo a oportunidade de avaliar se seu investimento está tendo retorno positivo ou se esse esforço deve ser convertido em outras estratégias mais eficazes.



# FAKE NEWS

# VS



Apesar de parecer recente, o termo fake news é mais antigo do que aparenta. Segundo o dicionário Merriam-Webster, essa expressão é usada desde o final do século XIX. O termo é em inglês, mas se tornou popular em todo o mundo para denominar informações falsas que são publicadas, principalmente, em redes sociais.

Não é de hoje que mentiras são divulgadas como verdades, mas foi com o advento das redes sociais que esse tipo de publicação popularizou-se. A imprensa internacional começou a usar com mais frequência o

termo fake news durante a eleição de 2016 nos Estados Unidos, na qual Donald Trump tornou-se presidente.

Fake news é um termo em inglês e é usado para referir-se a falsas informações divulgadas, principalmente, em redes sociais.

No Brasil, a cultura da fake news se popularizou partir de 2017 e em 2018 ganhou grande projeção no processo eleitoral.

## FACT-CHECKING

O remédio contra as fake

news chama-se fact-checking. No Brasil há dois importantes sites de checagem de informação: Agência Lupa e Boatos.org. É muito importante consultar esses sites quando a origem da notícia for desconhecida, duvidosa ou conter informações incompletas.





Em 2020 ouviremos muito sobre Deepfake que, nada mais é, que o estágio avançado da Fake News, só que muito mais perigoso. Deepfake, uma siglificação de "deep learning" (aprendizagem profunda em inglês) e "fake" (falso em inglês), é uma técnica avançada de síntese de imagens ou sons humanos baseada em técnicas de inteligência artificial. É mais usada para combinar a fala qualquer a um vídeo já existente (exemplo: combinar um vídeo qualquer de Barack Obama com a fala de Donald Trump).

Real



DeepFake



Vídeos criados via deepfake são muito utilizados para criar falsos vídeos de caráter sexual de celebridades, ou falsos vídeos de pornografia de vingança. Deepfakes também podem ser utilizadas para gerar notícias falsas, como o exemplo na definição, e embustes maliciosos.





# VAMOS ANALISAR A COMUNICAÇÃO DA FENALE

- SITE
- INFORMATIVO
- FENALE EM PAUTA
- JORNAL DA FENALE
- ASSESSORIA DE IMPRENSA (NOTÍCIAS / ARTIGOS)
- CLIPPING
- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- TWITTER
- WHATSAPP / GRUPOS E MENSAGENS (ARTES / DATAS)
- E-MAILS

**AGORA ANALISEM TAMBÉM  
A COMUNICAÇÃO DE SUAS ENTIDADES**



**FRASE FAMOSA DO SAUDOSO  
ABELARDO BARBOSA,  
O CHACRINHA:**



**“QUEM NÃO  
SE  
COMUNICA  
SE  
TRUMBICA!”**



# Zé Fini



**Contatos:**

**gasparbn@gmail.com**

**sylviomicelli@sylviomicelli.jor.com**

**Pesquisa:**

**[www.significados.com.br/comunicacao/](http://www.significados.com.br/comunicacao/)**

