



Conduzindo Escolhas

Comunicando-se pela Transformação

Comunicando-se pela Transformação

**Nancy Flowers
Rakhee Goyal**



**WOMEN'S
LEARNING
PARTNERSHIP**

**FOR RIGHTS,
DEVELOPMENT,
AND PEACE**

*Escolha linguística:
Ao se referir a homens ou
mulheres optamos, na versão
em português dos guias
por adotar o feminino*

Women's Learning Partnership

4343 Montgomery Avenue, Suite 201

Bethesda, MD 20814, USA

Tel. 1-301-654-2774

Fax: 1-301-654-2775

Email: wlp@learningpartnership.org

Web: www.learningpartnership.org

©2003 Women's Learning Partnership

Índice

Introdução 2

Como usar este guia e vídeo 5

**Liderança em sociedades da aprendizagem:
resumo conceitual** 7

Parte I

Como podemos nos comunicar com eficiência?... 9

Exercícios relacionados a habilidades de comunicação

EXERCÍCIO 1: Comunicação eficaz 11

EXERCÍCIO 2: Comunicadores persuasivos 13

EXERCÍCIO 3: Mensagens persuasivas 15

EXERCÍCIO 4: A mensagem correta para o público correto 20

EXERCÍCIO 5: Plano de comunicação 22

Parte II

Como podemos transmitir nossa mensagem? 24

Exercícios relacionados a comunicação na mídia

EXERCÍCIO 6: Comunicando-se com a mídia 26

EXERCÍCIO 7: Mensagens eficazes para a mídia 32

Avaliando este guia e vídeo

EXERCÍCIO 8: Avaliação 35

Introdução

Em 2001, a Women's Learning Partnership for Rights Development and Peace (Mulheres pela Parceria de Aprendizagem, Direitos, Desenvolvimento e Paz – WLP) e suas parceiras – a Association Démocratique des Femmes du Maroc (Associação Democrática de Mulheres do Marrocos) no Marrocos, BAOBAB pelos Direitos Humanos das Mulheres na Nigéria e o Comitê Técnico de Relações Femininas na Palestina – publicaram *Fomentando a Tomada de Decisões: Manual de Treinamento para a Liderança das Mulheres*.¹ O Manual, voltado para mulheres e homens, fomenta habilidades em liderança das mulheres e explora a teoria do exercício da liderança na promoção de sociedades democráticas e igualitárias.

Durante o processo de teste e avaliação do *Manual de Treinamento para a Liderança das Mulheres*, a WLP e suas parceiras perceberam que três áreas tinham necessidade de um material de treinamento adicional: habilidades em facilitação, comunicação e *advocacy*.

Em resposta a esta necessidade, a WLP desenvolveu uma série de três guias e vídeos: “Aprendendo a facilitar interativamente”, “Comunicando-se pela transformação” e “Promovendo Campanhas de Advocacy Eficazes”.

- **Aprendendo a Facilitar Interativamente** auxilia no treinamento de facilitadoras para que estas conduzam oficinas com eficiência, utilizando estratégias inclusivas e participativas. As facilitadoras aprendem técnicas para promover a escuta participativa, para compartilhar a responsabilidade na liderança de atividades, para estimular os debates, para encorajar o interesse por opiniões diferentes e para trabalhar em equipe.
- **Comunicando-se pela Transformação** fornece material para ajudar a melhorar as técnicas de comunicação pessoal e organizacional. O guia engloba atividades para construir habilidades em como criar mensagens concisas, atraentes que sejam absorvidas por um público específico, como criar planos de comunicação estratégicos através de canais de comunicação locais apropriados e como conduzir a mensagem através de entrevistas com a mídia.
- **Promovendo Campanhas de Advocacy Eficazes** se respalda nos exercícios de liderança ética e comunicação participativa encontrados nos guias *Aprendendo a Facilitar Interativamente*² e *Comunicando-se pela Transformação*³ respectivamente. Campanhas bem sucedidas de defesa de direitos permitem que cidadãos comuns transformem-se em agentes eficazes para influenciar as regras que têm impacto sobre suas vidas. Este guia contém atividades que desenvolvem habilidades para definir o que é *advocacy*, analisar os componentes de um plano de promoção e implementar uma campanha de *advocacy* bem sucedida.

1. *Fomentando a Tomada de Decisões: Manual de Treinamento para a Liderança das Mulheres*, 2001. Bethesda, Maryland: Women's Learning Partnership

2. Especificamente os Exercícios relacionados à “Poder e Liderança” (*Aprendendo a facilitar interativamente*, páginas 9 - 16).

3. Especificamente os primeiros três Exercícios em “Habilidades de comunicação” (*Comunicando-se pela transformação*, páginas 11 - 19).

Os três guias e vídeos podem ser usados juntos, separados ou em conjunto com o *Manual de Treinamento para a Liderança das Mulheres* tanto em programas independentes de treinamento em liderança ou como componentes de outros projetos em direitos humanos, discussões em gênero e construção de habilidades. Os exercícios nestes guias são apresentados como modelos de aprendizagem que devem ser revisados e personalizados para as necessidades específicas de grupos de treinamento diversos.

Como usar este guia e vídeo

Este guia se inicia com um breve resumo da base conceitual para a comunicação de forma a inspirar, informar, persuadir, incluir e envolver. Independente de um indivíduo estar promovendo uma campanha ou conversando com um amigo, a habilidade para uma comunicação eficaz é essencial.

A primeira sessão – “Como podemos nos comunicar com eficiência?” – tem o foco no desenvolvimento de habilidades persuasivas de comunicação, tanto pessoais como organizacionais, no desenvolvimento de mensagens atrativas e na construção de planos estratégicos de comunicação para transmitir uma mensagem sob medida para o público específico. Os exercícios de aprendizagem desta sessão permitem que as participantes analisem e explorem formas de melhorar a interação com os demais.

A sessão seguinte – “Como podemos transmitir nossa mensagem?” – tem foco nos benefícios de se utilizar diversos tipos de mídia, como a imprensa, rádio, televisão e a internet, para transmitir as mensagens para o público alvo. Os exercícios de aprendizagem oferecem oportunidades para praticar a criação e o envio de mensagens eficazes na mídia.

O guia encerra com um exercício de avaliação que permite que as participantes façam uma estimativa do quanto aprenderam e critiquem o processo de aprendizagem.

Nós recomendamos o seguinte processo de aprendizagem:

- Antes de se reunir com as outras participantes, leia o manual, assista ao vídeo: “Comunicando-se pela transformação” e comece a pensar em novas formas para comunicação eficaz.

- Participe dos exercícios contidos neste guia.
- Assista ao vídeo novamente em conjunto com o terceiro exercício – “Mensagens persuasivas” – na página 15.
- Após completar o último exercício – “Mensagens eficazes para a mídia” – participe da avaliação com o seu grupo.

O princípio básico deste guia é que a comunicação inclusiva, horizontal e participativa gera sociedades de aprendizagem democráticas e igualitárias. Esta abordagem pode ser produtiva para todos nós, desde professores e administradores, até ativistas, servidores públicos e líderes políticos. Assim como na maioria das habilidades, comunicar com eficácia para provocar mudanças requer compromisso e prática.

Liderança em sociedades de aprendizagem: resumo conceitual⁴

A forma como uma pessoa ouve e se comunica influencia diretamente no seu estilo de liderança. Em uma relação, organização ou sociedade hierárquica, o sistema de comunicação é primordialmente vertical com “subordinados” seguindo geralmente as instruções do “superior”.

Por outro lado, em uma sociedade de aprendizagem baseada no respeito mútuo, a comunicação eficaz é baseada em uma organização horizontal. Sua forma ideal é o diálogo entre parceiros. Todos participam e todos aprendem. Os líderes conversam com os colegas como iguais e trabalham em parceria para alcançar uma meta comum.

Nas sociedades de aprendizagem existe uma relação importante entre comunicação eficaz e liderança eficaz.

- **Líderes eficazes são bons ouvintes.** Eles são sensíveis às necessidades dos outros. Eles escutam tanto quanto falam para não só comunicar sua mensagem, mas também ouvir as mensagens dos outros, e aprender com o que ouviram. A escuta habilidosa requer a supressão de preconceitos, a aceitação do ponto de vista do interlocutor e principalmente o respeito sincero pelas opiniões dos demais.

4. Esta sessão é um resumo das ideias apresentadas por Mahnaz Afkhami no texto “A construção de blocos de liderança: a liderança como aprendizagem comunicativa”, em *Fomentando a Tomada de Decisões: Manual de Treinamento para a Liderança das Mulheres*.

- **Os líderes eficazes são comunicadores talentosos.** Eles sabem diferenciar qual tipo de comunicação é necessária em uma situação específica e adaptam sua mensagem para se adequar ao propósito pretendido. Uma declaração com o propósito de motivar, por exemplo, é completamente diferente de uma com o propósito de educar ou conscientizar.
- **Líderes eficazes lideram pelo exemplo.** Eles moldam e incorporam a mensagem que querem transmitir. Nada é mais persuasivo do que o poder comunicativo do exemplo.

Parte I

Como podemos nos comunicar com eficácia?

Do momento em que despertamos até irmos dormir, nós nos comunicamos com as pessoas a nossa volta. É importante desenvolver habilidades de comunicação eficazes para melhorar a forma como interagimos com a família, amigos, colegas e com o mundo. Melhorar as habilidades de comunicação também nos torna mais eficazes quando ocupamos posições de liderança.

Como membros de uma comunidade ou organização é importante desenvolver um plano de comunicação que aumente a conscientização, mobilize a comunidade e forme as coalizões necessárias para provocar mudanças. Um plano de comunicação ajuda a esclarecer as metas, a desenvolver estratégias para alcançar estas metas e a desenvolver táticas para engajar diversos grupos em prol de uma visão comum.

Tanto para indivíduos como para organizações, a comunicação eficaz tem início com a *análise da situação* e com a *identificação clara do problema*. A cada dia, vemos ou testemunhamos a injustiça e a desigualdade que nos afetam. O primeiro passo na direção de uma mudança positiva é identificar o problema específico que você deseja mudar.

Quando você ou a sua organização identificarem o problema, o próximo passo será chegar a um consenso sobre seus objetivos: o que esperam alcançar, a solução para o problema existente. Você pode identificar um único objetivo ou vários objetivos que podem englobar mudanças simples ou planos complexos em nível nacional.

Identifique o público, a pessoa, o grupo ou a organização governamental que você quer alcançar com a sua mensagem. A comunicação com vários grupos diferentes ou segmentos da sociedade, que podem ser cruciais para alcançar seus objetivos, é geralmente muito útil. Entretanto, o “público em geral” ou a “mídia” não são o público.

Após estabelecer suas metas e identificar seu público, você está pronto para desenvolver sua mensagem. Uma mensagem eficaz define o problema específico a que você se refere e descreve a solução que você gostaria de implementar. Uma mensagem forte afirma especificamente quem você é, qual a visão do seu grupo, o que você deseja alcançar e como você planeja alcançar. Uma mensagem eficaz deve ser persuasiva e diferenciada – deve mexer com a paixão do público e ilustrar a importância da ação necessária.

Após desenvolver sua mensagem, crie um plano de comunicação. Primeiro planeje uma estratégia, uma abordagem para alcançar seu objetivo. Uma estratégia individual ou organizacional deve refletir a experiência, o conhecimento, a força e fraquezas do grupo. Planeje suas táticas, as atividades específicas que serão tomadas para apoiar a estratégia. As táticas devem mostrar o período de duração, as verbas e esforços que você pretende investir para alcançar suas metas. O plano de comunicação deve também conter os períodos específicos e os métodos para medir seu sucesso e eficácia de seus esforços. Os parâmetros para esta medida podem incluir, por exemplo, seu sucesso em formar coalizões com outras organizações, a frequência em que a campanha é mencionada na mídia, ou o aumento do financiamento. Para conseguir medidas subjetivas, faça pesquisas de opinião com seus constituintes ou líderes de opinião em diferentes estágios da sua campanha.

Exercícios em habilidades de comunicação

EXERCÍCIO 1: Comunicação eficaz

Objetivos:

- Analisar as características de um comunicador eficaz
- Identificar exemplos de uma comunicação eficaz

Duração: 30 minutos

Material: Uma folha de papel grande ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar. Uma segunda voluntária registrará as conclusões das participantes em uma folha de papel grande ou quadro que seja visível por todas.

1. Uma voluntária escreve as palavras “COMUNICADORAS EFICAZES” e “COMUNICAÇÃO EFICAZ” em um pedaço de papel ou no quadro, criando duas colunas.

COMUNICADORAS
EFICAZES

COMUNICAÇÃO
EFICAZ

2. Uma participante de cada vez identifica pessoas ou organizações que sejam “COMUNICADORAS EFICAZES”. As participantes identificam então palavras, frases ou conceitos que elas associem com “COMUNICAÇÃO EFICAZ”, enquanto a voluntária faz o registro.

3. Quando o grupo estiver com uma lista substancial, as participantes devem considerar algumas ou todas as perguntas a seguir:

- *O que torna estes indivíduos ou organizações, comunicadores mais eficazes do que outros?*
- *Você os considera eficazes porque são:*
 - *ouvintes habilidosos? Por quê?*
 - *oradores habilidosos? Por quê?*
- *Você os considera eficazes porque*
 - *eles têm uma mensagem persuasiva e convincente? Por quê?*
 - *eles incluem e envolvem o público no diálogo? Por quê?*
 - *eles demonstram respeito sincero pela opinião dos outros? Por quê?*
 - *eles exemplificam as mensagens que transmitem? Por quê?*
- *Quais são as semelhanças entre os exemplos dados de comunicação eficaz?*
- *Quais são as diferenças entre os exemplos dados de comunicação eficaz?*
- *Você acha que um indivíduo que é uma comunicadora eficaz é um líder mais eficaz? Por quê?*

EXERCÍCIO 2: Comunicadores persuasivos

Objetivos:

- Debater as habilidades de um comunicador persuasivo

Duração: 30 minutos

Material: Uma folha de papel grande ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar. Uma segunda voluntária registrará as conclusões das participantes em uma folha de papel grande ou quadro que seja visível por todas.

1. Uma voluntária escreve as palavras “PERSUASIVO” e “NÃO PERSUASIVO” em um pedaço de papel ou no quadro, criando duas colunas.

PERSUASIVO	NÃO PERSUASIVO
2. As participantes têm alguns minutos para pensar em técnicas que elas usam quando se comunicam com membros da família, amigos ou colegas. Elas devem também pensar em técnicas usadas por sua comunidade ou organização para se comunicar com seu público, com os formadores de opinião ou com a mídia. 3. O grupo faz então uma “tempestade de idéias” a partir das seguintes perguntas: • <i>Qual habilidade de comunicação torna um indivíduo ou organização persuasiva? Uma voluntária deve registrar as respostas na coluna “PERSUASIVO”.</i>	

- Qual habilidade de comunicação torna o indivíduo ou a organização não persuasiva?
Uma voluntária registra as respostas na coluna "NÃO PERSUASIVO".

4. As participantes devem debater e analisar as habilidades de comunicação persuasiva identificadas e devem analisar como um indivíduo ou uma organização podem melhorar suas habilidades de comunicação. As perguntas a serem debatidas podem incluir:

- Você acha que indivíduos e organizações se comunicam de forma diferente? Explique.
- Você acha que alguns tipos de habilidades de comunicação são mais persuasivos que outros? Em caso afirmativo, quais são eles?
- Você acha que mulheres e homens empregam habilidades de comunicação diferentes para persuadir? Em caso afirmativo, quais são elas?
- Você acha que alguns tipos de habilidades de comunicação são mais úteis aos homens do que às mulheres? Em caso afirmativo, quais são eles?
- Você acha que alguns tipos de habilidades de comunicação são mais úteis às mulheres? Em caso positivo, quais são eles?
- Quais habilidades de comunicação persuasiva você possui?
- Como você ou sua organização se comunica mais persuasivamente?

Exercício 3: Mensagens persuasivas

Objetivos:

- Identificar os componentes de uma mensagem persuasiva
- Formular uma mensagem persuasiva

Duração: 120 minutos

Material: Vídeo "Comunicando-se pela transformação", leitor de DVD, televisão, uma folha grande de papel ou um quadro, canetas pilot ou giz.

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão em ambas as partes deste exercício. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar. Uma segunda voluntária registrará as conclusões das participantes em uma folha de papel grande ou quadro que seja visível por todas.

Primeira parte

1. Uma participante de cada vez identifica uma frase, slogan, campanha, anúncio ou discurso que ela considera poderoso e inspirador. Uma voluntária registra esta informação em um papel ou quadro.
2. Quando o grupo estiver com uma lista substancial as participantes devem considerar algumas ou todas as perguntas a seguir:
 - O que tornou a frase, slogan, campanha, anúncio ou discurso memorável?
 - O que tornou a mensagem atraente ou motivadora?
 - A mensagem toca seu emocional?
 - A mensagem se comunica com os seus valores ou a raiz de suas preocupações?
 - A mensagem a estimula a agir imediatamente?

- *Existe alguma informação factual que torne a mensagem confiável e persuasiva?*
- *Ela o persuadiu a comprar, fazer ou pensar de uma nova maneira?*

3. Com este debate em mente, as participantes devem assistir ao vídeo “Comunicando-se pela mudança”, que ilustra os conceitos básicos de uma comunicação eficaz e oferece sugestões para criar mensagens persuasivas. Com o foco em mensagens de comunicação na mídia televisiva, o vídeo explora formas pelas quais os indivíduos e organizações podem disseminar estrategicamente sua mensagem.

4. Após assistir ao vídeo, uma voluntária deve ler o seguinte texto com os componentes de uma mensagem persuasiva sugeridos no vídeo:

Uma mensagem persuasiva é...

Concisa. Sua mensagem deve ser transmitida em uma frase ou duas, em uma linguagem clara, fácil. Limite sua mensagem a alguns poucos pontos. Incluir tópicos demais pode ser confuso.

Simples. Use verbos na ativa. Evite jargões, linguagem técnica e acrônimos⁵ (caso use algum, defina).

Atrativa. Sua mensagem deve ressoar com os valores e emoções do público e envolver sua paixão. Ela deve lembrar o que eles já sabem e o que é importante para eles. Ela deve transmitir um sentido de imediatismo para motivar os partidários passivos a agirem.

⁵ É uma palavra formada pelas letras ou sílabas iniciais de palavras sucessivas de uma locução, ou pela maioria destas partes. Exemplo: MUDE (Museu do Design), pronunciado “mude”.

Concreta e orientada para a ação. Especifique o que as pessoas podem fazer para mudar a situação.

Sob medida. Modifique sua mensagem para atingir cada público enquanto mantém o significado.

Adaptável. Certifique-se de que sua mensagem pode ser comunicada de forma eficaz em qualquer tipo de mídia – material escrito, páginas da internet, discursos e entrevistas.

Propícia ao objetivo principal. Crie uma mensagem que o ajude a alcançar suas metas.

Retirado do vídeo “Conduzindo escolhas: comunicando-se pela transformação.” 2003. Bethesda, Maryland: Women's Learning Partnership.

5. O grupo deve debater algumas ou todas as perguntas a seguir:

- *Por que é importante que sua mensagem use verbos na ativa? (Por exemplo: “O povo tem fome” e não “Há pessoas com fome”).*
- *Cite algumas formas de desenvolver mensagens concretas e orientadas para a ação.*
- *De que forma uma mensagem concisa pode ser mais poderosa e memorável?*
- *Existem outros componentes que tornam uma mensagem atrativa? Em caso afirmativo, quais?*
- *Você acha que os comunicadores habilidosos podem ajudar a melhorar a eficácia de uma mensagem através de sua apresentação? Por quê?*
- *Você acha que todos os líderes eficazes têm mensagens poderosas e persuasivas? É necessário que um líder tenha uma mensagem poderosa e persuasiva para ser um líder eficaz?*

Segunda parte

1. Divididos em equipes de duas ou três pessoas, as participantes devem desenvolver uma mensagem que poderá ser um discurso, um *slogan*, um anúncio, uma declaração de missão organizacional ou outra forma de comunicação. As mensagens podem ilustrar diferentes objetivos como: motivação, educação ou negociação.
2. Cada grupo deve pensar nas seguintes perguntas enquanto esboça sua mensagem:
 - Qual é o problema específico que você deseja resolver?
 - Qual é a solução que você deseja implementar?
 - Quais são os objetivos (entre 3 e 5) que você deseja alcançar?
 - Como você planeja alcançar suas metas?
 - De quais indivíduos ou organizações você precisa para alcançar seus objetivos e conseguir a mudança necessária? Quais são os mais importantes? Quais são os menos importantes?
 - Como você pode transmitir o problema ou a questão de forma a envolver o público?
 - Qual ação imediata pode ser tomada pelo público para apoiar seu objetivo?
 - Como você pode motivar seu público a agir da forma que você sugere para resolver o problema ou questão?
 - Sua mensagem está redigida em linguagem concisa e simples?
 - A mensagem apoia seu objetivo principal?
 - Como você pode garantir que a sua mensagem seja relacionada à sua organização? A sua mensagem mostra quem você é, qual a visão da sua organização, o que você espera alcançar e como você planeja alcançar?

3. Cada equipe deve desenvolver uma apresentação breve que utilize uma das habilidades ou táticas da comunicação persuasiva (discutidas no exercício 2 “Comunicadores persuasivos”) para transmitir sua mensagem para o resto do grupo.
4. As participantes devem analisar e criticar a eficácia de cada mensagem e apresentação. Dentre as perguntas para discussão do grupo, estão:
 - Qual foi o objetivo da apresentação? Por exemplo: motivar, educar, conscientizar ou buscar um consenso?
 - Quais métodos de persuasão foram empregados?
 - A apresentação lhe convenceu? Por quê?
 - A mensagem lhe convenceu? Por quê?
 - Como você teria apresentado a mensagem?

No exercício a seguir, cada equipe irá personalizar sua mensagem para um público específico.

EXERCÍCIO 4: A mensagem correta para o público correto

Objetivo:

- Praticar a adaptação da mensagem para vários tipos de público

Duração: 45 minutos

Material: Uma folha de papel grande ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar. Uma segunda voluntária registrará as conclusões das participantes em uma folha de papel grande ou quadro que seja visível por todas.

1. Uma voluntária deve ler as mensagens que cada equipe formulou na segunda parte do exercício anterior.
2. O grupo deve criar coletivamente, uma lista de tipos de público em potencial, que sejam importantes para ajudá-los a atingir suas metas. Uma segunda voluntária registra as respostas em um papel ou quadro.
3. Ainda reunidos nas mesmas equipes da segunda parte do exercício anterior, cada equipe deve selecionar um tipo de público desta lista. As participantes devem debater com os membros de sua equipe como este tipo de público pode ser útil para que elas atinjam seus objetivos e devem então personalizar sua mensagem. Ao modificar a mensagem, cada equipe deve pensar nas seguintes perguntas:

- De que maneira você pode se informar sobre as atitudes e posições do seu público específico com relação a sua questão?
- Quais crenças seu público apresenta com relação à questão que poderiam apoiar suas metas?
- Como você pode estabelecer um entendimento comum com seu público?
- Quais crenças seu público apresenta com relação à questão que poderiam se tornar obstáculos para alcançar suas metas? Como você pode contornar os obstáculos?
- Que tipo de estereótipos seu público pode ter com relação a você e sua organização?

4. Cada equipe deve apresentar sua mensagem modificada para o grupo e identificar o público que está tentando alcançar. O grupo inteiro avalia cada mensagem e debate formas de comunicar as ideias com mais eficácia. Dentre as perguntas que o grupo deve considerar estão as seguintes:

- A mensagem está em sintonia com o público alvo? Por quê?
- Que tipo de interlocutor para cada mensagem terá mais credibilidade para este público?
- Que tipo de interlocutor para cada mensagem será mais persuasivo para este público?
- Qual a estratégia mais eficaz para se comunicar com este público?

No exercício a seguir, cada equipe deve planejar um plano de comunicação para transmitir a mensagem personalizada para o público alvo.

EXERCÍCIO 5: Plano de comunicação

Objetivo:

- Desenvolver um plano de comunicação para transmitir a mensagem para o público alvo

Duração: 45 minutos

Material: Uma folha de papel grande ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar.

1. Divididos em grupos de dois ou três, as participantes devem desenvolver um plano de ação de comunicação para transmitir sua mensagem para o público específico identificado no exercício 4: "A mensagem correta para o público correto".
2. Cada equipe deve analisar novamente a mensagem incluindo o problema que elas querem resolver, a solução que esperam implementar e os objetivos que planejam alcançar.
3. Considere as seguintes perguntas enquanto você desenvolve um plano de ação para comunicação estratégica:
 - De quais recursos humanos você dispõe? Quem será responsável por disseminar a mensagem? Quais são suas experiências, talentos, pontos fortes e fracos?
 - Qual será a disponibilidade de recursos materiais, financeiros e outros? Quanto tempo e dinheiro você poderá investir?
 - Qual a abrangência do seu plano de comunicação? Você pretende disseminar a informação em âmbito local, nacional, regional ou internacional?

- Como você pode fazer para testar sua mensagem personalizada e determinar se ela é ou não atrativa para o seu público alvo?
 - Como você pode receber um "feedback" preliminar do seu público alvo?
 - Em quais atividades você irá se engajar para disseminar sua mensagem personalizada para o grupo específico?
 - Quem são os indivíduos ou organizações com quem que você pode formar coalizões para disseminar sua mensagem?
 - Que tipo de mídia – imprensa, rádio, televisão e/ou internet – é apropriada para que você se comunique com o seu público? Que tipo de mídia o seu público usa para receber informação? Como você poderá usar estes tipos de mídia para disseminar sua mensagem?
 - Como você vai medir o seu sucesso? Quais indicadores você vai usar para determinar o resultado dos seus esforços ou como vai saber se foi bem sucedido?
4. Baseados nos planos de ação para comunicação no exercício 7: "Mensagens eficazes para a mídia" as participantes criarão uma breve declaração para a mídia.

Parte II

Como podemos transmitir nossa mensagem?

Um comunicador eficaz transmite a mensagem correta para o público correto, usando estratégias personalizadas que sejam atraentes para este público em particular. Por exemplo, você pode comunicar sua mensagem através de reuniões com a comunidade ou conversar com líderes de opinião como jornalistas, eruditos, educadores, legisladores ou políticos que poderão ajudá-lo a alcançar sua meta. Ou então você pode atingir seu público através da mídia usando localmente tecnologias de informação e comunicação apropriadas como jornais, revistas, programas de rádio, televisão, listas de discussões de email ou páginas da internet. Estes tipos de mídia constituem uma forma poderosa de transmitir sua mensagem – enviar sua mensagem na sua própria voz, da sua própria maneira.

Uma das formas mais importantes de transmitir sua mensagem em qualquer mídia é através de entrevistas. **Quanto melhor você estiver preparada para a entrevista, mais eficaz esta será.** Antes de concordar com uma entrevista – seja na imprensa, rádio, televisão ou internet – é importante que você saiba por que está sendo entrevistada, e quais são os pontos de vista deles sobre a questão. Identifique o público típico para a entrevista e determine se ele será estratégico para o seu plano de comunicação. Personalize sua mensagem para o público alvo. Durante a entrevista, mantenha o controle. Não dependa do entrevistador para transmitir sua mensagem. Certifique-se de que toda a informação apresentada seja correta e vá ajudá-la a atingir sua

meta. Ensaie para a entrevista e receber “feedback” de várias pessoas garante que você seja mais eficaz durante a entrevista.

Quão mais eficaz sua mensagem, maior seu sucesso. Uma mensagem eficaz deve ser simples. Transmita suas ideias em uma frase ou duas que sejam diretas, mas que tenham uma linguagem memorável que não contenha jargões, linguagem técnica ou acrônimos. A mensagem deve se limitar a alguns poucos objetivos que você deseja alcançar e deve oferecer sugestões de como as pessoas podem ajudar a alcançar estas metas. Reforce sua mensagem com estatísticas, *slogans*, símbolos, exemplos concretos e anedotas. Ter sua mensagem repetida frequentemente em curtos períodos de tempo em uma variedade de tipos de mídia garante um sucesso maior.

Exercícios em comunicação na mídia

EXERCÍCIO 6: Comunicando-se com a mídia

Objetivos:

- Considerar as utilidades de tipos de mídia variados
- Identificar formas eficazes de transmitir a mensagem através de tipos de mídia diferentes

Duração: 90 minutos

Material: Vídeo “Comunicando-se pela transformação”, leitor de DVD, televisão, uma folha grande de papel ou um quadro, canetas pilot ou giz.

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar.

1. O grupo deve pensar em uma lista de campanhas de mídia conhecidas. A voluntária registra esta informação no papel ou quadro.
2. Quando o grupo estiver com uma lista substancial, as participantes devem considerar algumas ou todas as perguntas a seguir:
 - Que tipo de mídia a campanha usou: imprensa, rádio, televisão, e/ou internet?
 - As campanhas foram eficazes? Por quê?
 - Quais são as vantagens e desvantagens (ou problemas) de transmitir sua mensagem através de:
 - imprensa?
 - rádio?
 - televisão?
 - internet?

- De que forma você usou a mídia no passado para transmitir sua mensagem para um público mais amplo?
- Você já foi entrevistado na imprensa, incluindo jornais impressos ou Internet? Já foi entrevistado no rádio? Televisão?
- Seus esforços para usar a mídia foram bem sucedidos? Por quê?
- Existe algum tipo de habilidade de comunicação específico que seja útil para ser empregado na comunicação da mídia? Em caso afirmativo, quais são eles?

3. Tendo este debate em mente, o grupo pode optar por assistir novamente o vídeo “Comunicando-se pela transformação” e então pensar em como transmitir melhor sua mensagem durante as entrevistas na mídia.
4. O grupo deve debater algumas ou todas as questões a seguir:

Personalizando sua mensagem: No vídeo, Zainah Anwar, uma ativista pelos direitos humanos da Malásia, afirma: “Eu acho importante, quando se quer provocar uma mudança, que você personalize sua mensagem de acordo com os diferentes tipos de público”.

- Quais são as vantagens de personalizar sua mensagem para cada tipo de público?
- Quais são alguns dos obstáculos enfrentados ao personalizar sua mensagem para cada tipo de público? Como você pode contorná-los?

Transmitindo a mensagem da sua forma: A perita em comunicação Dana Vickers Shelley, comenta no vídeo que “a importância de falar para a mídia é que você quer que a sua mensagem seja transmitida com a sua própria voz”.

- *Quais são algumas formas de contar a história da sua forma?*
- *Quais problemas você pode enfrentar? Como pode superá-los?*

Preparando-se para a entrevista: Shelley comenta no vídeo: “Você não precisa participar de todas as entrevistas para as quais for convidada. Pergunte-se: ‘Esta entrevista alcançará o público almejado? Seu público está ligado neste veículo de mídia?’ Por exemplo, se estiver tentando chegar aos governantes eleitos: ‘Esta estação de rádio, este canal de mídia é importante? Ou é um canal local, feito para a comunidade, para o qual os governantes eleitos não darão importância?’”.

- *O que você pode se perguntar antes de participar de uma entrevista?*
- *Quais as diferentes formas que você pode preparar para os diversos formatos de entrevistas – imprensa verso rádio ou televisão, por exemplo? E quanto às entrevistas ao vivo em contraste com as gravadas?*

Vestimenta e postura: Na mídia televisiva, a simplicidade na aparência é importante para que você chame a atenção do público para a mensagem e não para você. No vídeo, Shelley recomenda cores neutras, sólidas como azul Royal ou azul marinho, mas não o branco. Recomenda a postura ereta para projetar confiança e evitar ao máximo gesticular com as mãos.

- *Quais outras formas para simplificar a apresentação e conduzir a atenção do público para a mensagem?*
- *Cite outras formas de simplificar sua apresentação.*

Durante a entrevista: No vídeo, Shelley recomenda: “As mensagens ganham força com frases de efeito, estatísticas, ditos e anedotas. Quanto mais fatos e números você usar, maior credibilidade terão as mensagens. Dão também às pessoas, uma forma diferente de entendimento... Vocês não têm ideia da importância de alimentar o público com o que você está falando. Não diga simplesmente que é um ótimo programa, explique por quê.”

- *Quais tipos de informações factuais podem ajudar a dar mais credibilidade a sua mensagem?*
- *Repetir sua mensagem frequentemente, em curtos períodos de tempo, através de vários tipos de mídia. De que forma isto pode ajudar a reforçar sua mensagem?*

Ter controle: Sentir-se calmo antes de iniciar uma entrevista, ajuda a transmitir sua mensagem com eficácia. Shelley aconselha: “mas tenha sempre o controle [em uma entrevista], pois quando a filmagem iniciar, será tarde para isso”.

- *Cite algumas formas de manter o controle antes da entrevista para se assegurar de que você permaneça calmo e controlado durante a entrevista?*
- *Cite algumas formas para manter o controle durante uma entrevista. Quais dificuldades você pode encontrar? Como pode superá-las?*

Perguntas negativas: Neste vídeo, as participantes sugerem formas diferentes de lidar com a crítica e as perguntas negativas que você pode enfrentar durante uma entrevista. Amina Lemrini, por exemplo, uma educadora e ativista do Marrocos, comenta que ser diplomática é uma forma eficaz de responder às críticas. Ao invés de dizer “Não, isso não está certo” ou “Não, isso está errado”, você pode ser diplomática e dizer, “Bem, nós acreditamos que...” ou “Eu estou aqui para falar sobre...”

- *Cite algumas formas construtivas para responder as perguntas negativas.*
- *Em quais oportunidades você pode usar perguntas confrontantes ou críticas como uma oportunidade para reforçar sua mensagem?*

Aperfeiçoando suas habilidades: De acordo com Shelly: “O desafio de ir à mídia é trabalhar contra aquilo que você normalmente faz. Provavelmente, existe uma lista de coisas que fazemos quando conversamos com membros da família, no nosso trabalho, ou em qualquer lugar. Mas quando você está sendo filmada... Você tem que trabalhar contra tudo o que você aprendeu e a forma como você normalmente funciona.”

- *Cite alguns estilos de comportamento e comunicação que você precisa modificar quando está participando de uma entrevista.*
- *Cite algumas formas de receber “feedback” das suas habilidades ao ser entrevistado.*

Seu papel em transmitir sua mensagem: Encontrar sua própria forma de transmitir sua mensagem de forma eficaz é um componente importante de uma liderança eficaz. Segundo Shelley, “Nem todos são talhados para serem porta-vozes, e através da tentativa e erro, perceberá se você é esta pessoa. Você pode ser aquela que desenvolve as mensagens e dá o suporte e feedback. Mas pode haver outra pessoa que queira ficar em frente da câmera e fazer os comentários. Por isso trabalhar em parceria é bom.”

- *Qual seu papel ao transmitir as mensagens?*
- *Qual papel você gostaria de exercer ao transmitir as mensagens para o público alvo? De que maneira você pode melhorar com relação às habilidades necessárias para ocupar este papel?*

5. Em grupo, avalie o vídeo “Comunicando-se pela transformação.” Dentre as perguntas que as participantes devem considerar, estão:
 - *O vídeo o ajudou a compreender melhor como criar mensagens atrativas?*
 - *O vídeo o ajudou a compreender melhor as maneiras de se comunicar com eficácia através da mídia?*
 - *Qual foi a sessão mais valiosa do vídeo? Qual a sessão menos valiosa do vídeo?*
 - *Que outros materiais visuais seriam úteis para você?*

EXERCÍCIO 7: Mensagens eficazes para a mídia

Objetivo:

- Formular e enviar uma mensagem eficaz para a mídia

Duração: 60 minutos

Material: Câmera de vídeo, televisão, leitor de DVD, uma folha grande de papel ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será o facilitadora e conduzirá a discussão. A facilitadora será responsável por orientar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar.

1. Divididos em equipes de duas ou três pessoas, as participantes devem criar uma breve declaração para a mídia baseada no planejamento desenvolvido no exercício 5, “Plano de comunicação”. Esta declaração deve refletir a visão comum que já foi estabelecida pelo grupo e deve incluir os seguintes elementos:
 - Defina o problema ou a questão.
 - Enumere os objetivos do indivíduo ou da organização.
 - Sugira formas através das quais os objetivos podem ser alcançados.
 - Forneça evidências, fatos e/ou anedotas tocantes.
 - Atraia seu público pelos seus valores e preocupações essenciais e personalize sua mensagem para eles.
 - Sugira como o público alvo pode participar e quais ações ele pode tomar para lidar com o problema.
 - Certifique-se de fornecer seu nome, o nome da sua organização e de que os nomes dos programas importantes fiquem claros.

2. Selecione uma interlocutora na sua equipe para apresentar para o grupo a sua mensagem em uma simulação para uma entrevista na televisão. Uma voluntária de outra equipe atuará como entrevistadora.
 3. Antes da entrevista simulada, a interlocutora passa instruções para a entrevistadora sobre as questões da equipe. A entrevistadora desenvolve duas perguntas para fazer durante a entrevista.
 4. Uma por uma, as interlocutoras de cada equipe apresentam suas declarações em três minutos. (Se possível, filme as entrevistas. Reproduza a entrevista em uma televisão para que todo o grupo possa oferecer um *feedback* sobre como apresentar melhor a mensagem. Veja o vídeo “Comunicando pela transformação” para assistir a um exemplo de entrevista simulada.)
 5. O grupo deve analisar e criticar em conjunto a eficácia de cada apresentação. Dentre as perguntas em que o grupo deve pensar estão as seguintes:
 - A declaração na mídia forneceu toda a informação necessária para convencê-la?
 - Qual informação adicional seria útil?
 - Existiu alguma informação desnecessária para esta mensagem?
 - Quais habilidades de comunicação a interlocutora da equipe usou para transmitir sua mensagem?
 - A apresentação foi persuasiva? Por quê?
 - A apresentação foi eficaz? Por quê?
 - Haveria formas para melhorar a apresentação? Em caso afirmativo, quais?
-

Avaliando este guia e vídeo

A avaliação é uma parte crítica de todo o processo de aprendizagem. Através dela as participantes têm a oportunidade de refletir sobre o que aprenderam e a eficácia do processo em si. Além do mais, as facilitadoras podem usar a informação fornecida nas avaliações para revisar e melhorar as sessões futuras.

EXERCÍCIO 8: Avaliação

Objetivos:

- Avaliar o que as participantes assimilaram ao usar este guia e vídeo
- Avaliar o processo de aprendizagem usado neste guia e vídeo

Duração: 30 minutos

Material: Uma folha grande de papel ou quadro, canetas pilot ou giz

Uma voluntária do grupo será a facilitadora e conduzirá a discussão do grupo. Ela será responsável por auxiliar o grupo a seguir as instruções do exercício, controlando o tempo e chamando as participantes que desejarem falar. Uma segunda voluntária anotará as conclusões das participantes em uma folha grande de papel ou quadro que seja visível por todas.

1. Todas as participantes devem identificar os aspectos do guia e vídeo “Comunicando-se pela transformação” de que mais gostaram e explicar o motivo. Uma voluntária registra os comentários das participantes em um papel ou no quadro.
2. Utilizando o mesmo processo, as participantes devem identificar os aspectos do guia e vídeo de que menos gostaram e explicar o motivo. Uma voluntária registra também estes comentários.
3. Então as participantes devem considerar as seguintes perguntas:
 - Esta oficina e as lições apresentadas no guia e vídeo “Comunicando-se pela transformação” alcançaram suas expectativas?
 - Existem aspectos da comunicação eficaz sobre os quais você sente que precisa de mais informações? Em caso positivo, quais são eles?
 - Você espera ser capaz de usar suas novas habilidades de facilitação no seu dia a dia?

Projeto empreendido com o suporte financeiro de

Canadian International Development Agency

The Ford Foundation

National Endowment for Democracy

The Shaler Adams Foundation



WOMEN'S
LEARNING
PARTNERSHIP

4343 Montgomery Avenue, Suite 201

Bethesda, MD 20814 USA

Tel: 1-301-654-2774 • Fax: 1-301-654-2775

www.learningpartnership.org