

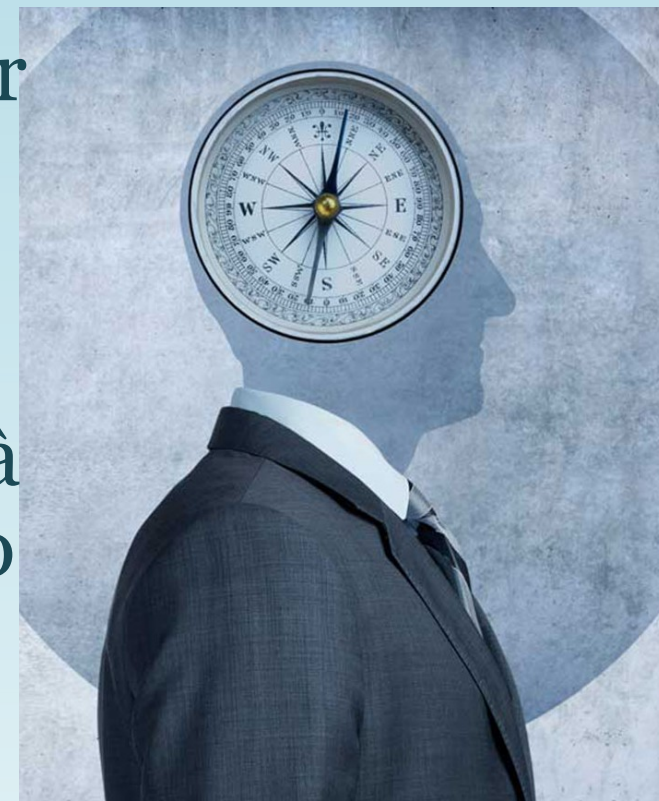
DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO PARA AMPLIAR A CONSCIÊNCIA SOBRE O MAR

PROF. DR. JOÃO FELIPE SAUERBRONN
PROFA. MS. FLAVIA CUPOLILLO

MARÇO/2019

Consciência sobre o Mar

- **Consciência** - faculdade por meio da qual o ser humano se apercebe daquilo que se passa dentro dele ou em seu exterior
- **Consciência sobre o Mar** – despertar junto à sociedade, nos mais diversos níveis, a percepção a respeito da importância do mar em termos econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e de segurança e defesa



Comunicação da Consciência sobre o Mar

Desenvolvimento e propagação de uma **Consciência sobre o Mar** junto à **sociedade** envolve conjunto de apelos de comunicação

Comunicação da Consciência sobre o Mar

Apelo mais forte: Crescimento Econômico

Geração de Emprego

Melhora das Condições de Vida



Mais facilmente compreendido em associação à **Economia Azul**: Economia Azul como nova possibilidade

Crescimento Econômico está associado aos demais apelos (Desenvolvimento Social, Sustentabilidade Ambiental, Desenvolvimento Tecnológico, Segurança e Defesa)

Economia Azul

**Desenvolvimento da
Atividade
do Mar**

**Crescimento
Econômico**

- Desenvolvimento
Tecnológico**
- Segurança e Defesa**
- Desenvolvimento
Social**
- Sustentabilidade**

Economia Azul

Setores de Alto Potencial

**Desenvolvimento da
Atividade do Mar**

**Crescimento
Econômico**

**Desenvolvimento
Tecnológico
Segurança e Defesa
Desenvolvimento Social
Sustentabilidade**

**Pesca e Aquicultura
Recursos Marinhos não
Vivos
Biotecnologia Marinha
Transporte Marítimo
Energias Renováveis
no/do Mar**



Diretrizes para a Comunicação

- Para conquistar essa **mudança de percepção,**

Por onde devemos caminhar?

Contexto Comunicacional

- Contexto comunicacional **diversificado** – variável tecnológica;
- Dentre esta variedade, temos a obrigação de **identificar** o(s) melhor(es) **canal(ais)** para mensagem a ser transmitida;
- Evidentemente, **holofotes** para os meios **digitais**; sem esquecer dos tradicionais =>> Conjunto de Mídias =>> Comunicação Integrada de Marketing (CIM)
- Maximizando os **pontos fortes** de cada **mídia**

O que pensamos?

Com o objetivo de **explanar caminhos** (propondo diretrizes) para uma **campanha de conscientização sobre o mar** junto à sociedade brasileira, mídia e governo, identificamos as **redes sociais** mais acessadas pelo *target* e os **maiores canais de comunicação**

Os diversos caminhos...

✓ Mídias **ONLINE**

- Missão: **visibilidade, atenção e engajamento**

- Poder de alcance

- Divulgação de ideias e segmentação

- Custos Baixos

- Grande quantidade de conteúdo e informação

- Muito indicada para campanhas de conscientização

- Chamar atenção

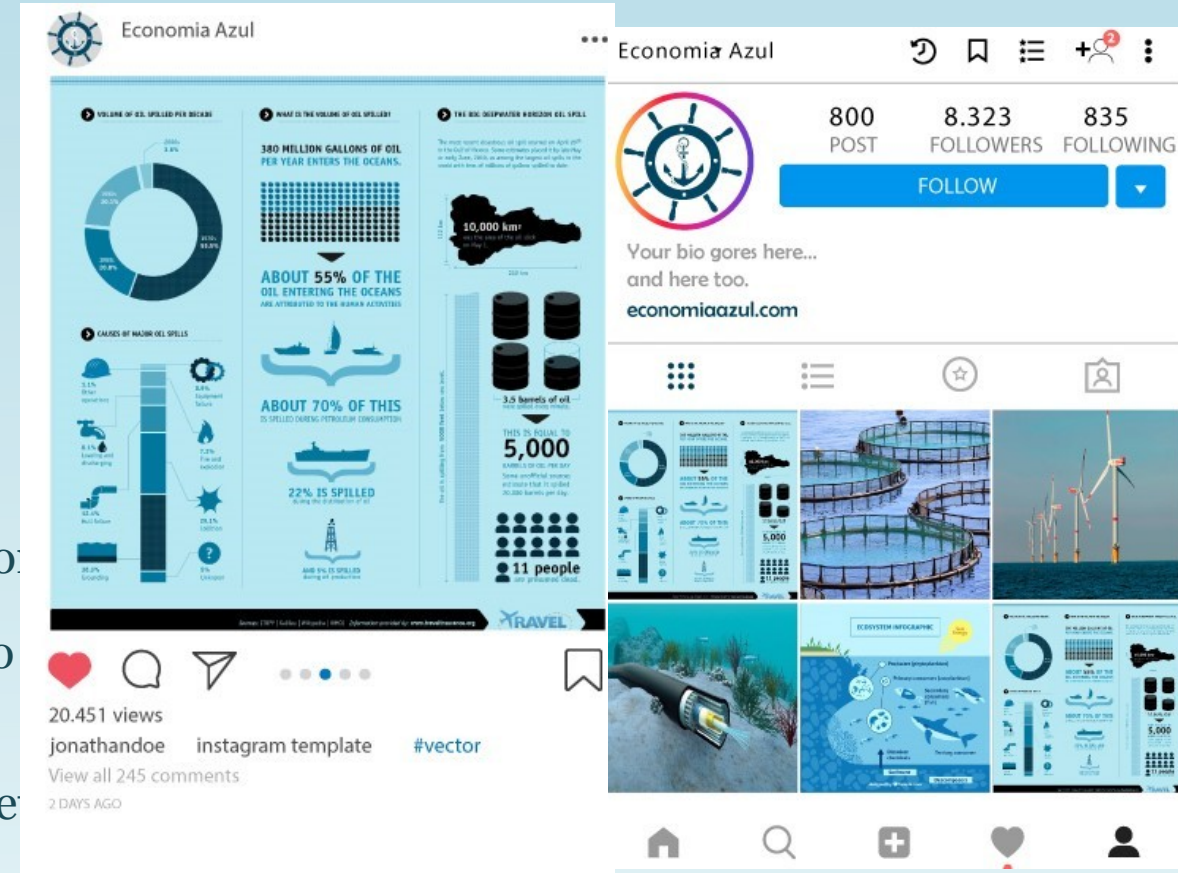
- Tornar o projeto conhecido

- Brasil é um dos países com maior engajamento em redes sociais no mundo

Redes com maior apelo em território nacional



- Principais redes do mundo
- Brasil é o segundo mercado (atrás USA)
- Apelo visual – vitrine para as marcas
- Imagens e vídeos curtos
- “Rede de Pesca” – desloca para outros meios
- Possibilidade de Infográficos e ilustrações em vetor
- Apelo da ferramenta *Stories* – presença em tempo real
- Divulgação de eventos; acompanhamento de projetos
- Conteúdos leves e básicos



Redes com maior apelo em território nacional



- Rede mais acessada no mundo
- Mídia mais completa, imagens, vídeos e textos
- Links para outras mídias (vídeos e textos)
- Quantidade de conteúdo maior
- “ Rede de Pesca”
- Público mais maduro
- Canal informativo – muitos buscam nele notícias e infos cotidianas
- Identifica e atualiza eventos
- Funciona como mediador entre as estratégias on e off



Redes com maior apelo em território nacional

YouTube

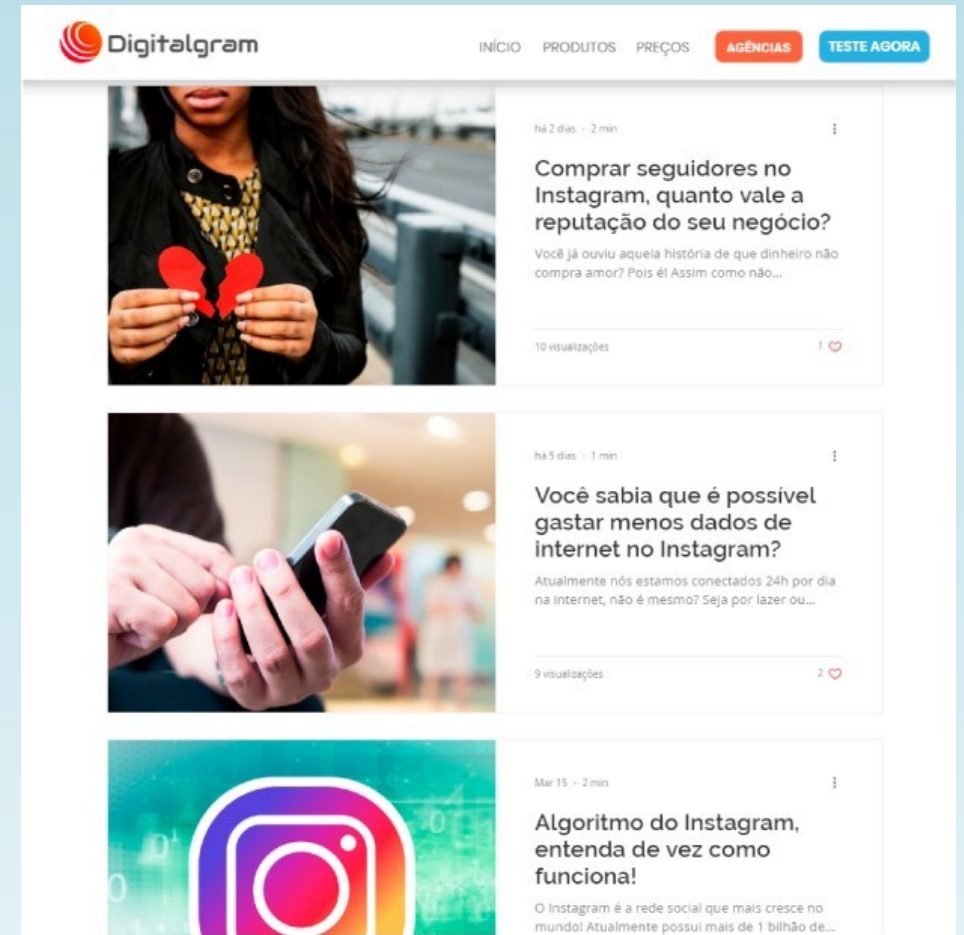
- Fenômeno Mundial
- Apelo visual; ex.: entretenimento, tutorial, estudos, inspirações
- Explicações elaboradas
- Muito procurado
- Fácil de ser compartilhado
- Vídeos atualizados que geram experiências
- Possibilidade de explicações em *motion graphics*
- Campanhas Publicitárias



Redes com maior apelo em território nacional



- Seu lugar na rede, sua identidade
- Escritório *online*
- Disponibilização de todas as informações para os visitantes; ex.: quem nos somos! Saiba mais sobre o projeto!
- Possibilidade de Blog com conteúdos mais técnicos, longos e complexos com frequência; textos compartilhados
- Explinar os outros canais
- Ranqueamento de site no google - SEO



Nossa Proposta no Ambiente ON

Mídia	Mensagem	Linguagem
Instagram	Esclarecimentos sobre o termo Economia Azul e os caminhos que ela pode oferecer para o desenvolvimento do país e mudanças estruturais na economia. Crescimento econômico associado a Sustentabilidade Ambiental, Desenvolvimento Social, Desenvolvimento Tecnológico e Segurança/Defesa.	Por ser uma mídia de grande apelo visual, limitando seu conteúdo a basicamente apenas imagens e vídeos curtos. É preciso despertar a curiosidade com imagens ou ilustrações a respeito desses assuntos, demonstrando que soluções inteligentes são possíveis.
Facebook	Que tipo de atividades produtivas envolvem a Economia Azul? Porque é importante que o Brasil pense nisso? Impactos da Economia Azul na sociedade brasileira. Quais são os Setores Produtivos de Alto Potencial na Economia Azul brasileira. Soluções inteligentes para captação de energias renováveis; Transporte de cargas; Aquicultura; Biotecnologia Marinha; Problemas de infraestrutura que podem ser solucionados através do mar e, principalmente, esclarecimentos sobre o conceito de economia azul.	Textos e imagens correspondentes entre si trabalhando em conjunto; Publicação de resumos sobre algum Post do Blog, com link que direciona o leitor para a publicação original no site; Textos inéditos de tamanhos razoáveis, entre 200 e 350 palavras, acompanhado de sua imagem correspondente.
Youtube	Soluções inteligentes para captação de energias renováveis; transporte de cargas; aquicultura; biotecnologia Marinha; problemas de infraestrutura que podem ser solucionados através do mar e, principalmente, esclarecimentos sobre o conceito de economia azul.	Vídeos dinâmicos; Vídeos explicativos, conceituais, com entrevistas ou Motion Graphics; Uma explicação mais fácil, distante dos conceitos mais técnicos, em um formato de vídeo de duração entre 4 a 10 minutos.
Site / Blog	Estudos, artigos, curiosidades, explicações, conceitos e afins; Todos os conteúdos anteriores.	O Blog é o local dos textos. Aos grandes artigos e explicações refinadas aos mais simples e leigos.

Os diversos caminhos...

✓ Mídias **OFFLINE**

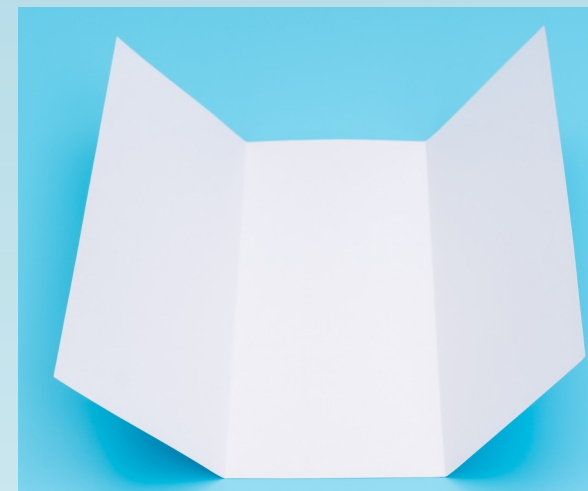
- Missão: **visibilidade, atenção e engajamento** de forma segmentada
 - Possibilidade de tratar de forma específica cada área
 - Aspectos técnicos
 - Gerar experiências às pessoas
 - Ganhar apoio das grandes mídias

Ações



Palestras e Simpósios em Faculdades e Universidades do país

- Disseminar e expor o conceito economia azul
- Melhor entendimento de conceitos técnicos da área – novos ensinamentos e motivações de pesquisa
- Interação direta entre estudantes, pesquisadores, governos e até empresas com o projeto



Distribuição de Livreto/folheto

- Em eventos, livrarias, universidade, museus e locais cuja relação seja íntima com o tema
- Explicações sobre economia azul
- E informações fáceis de serem disseminadas
- Apresentação endereço eletrônico e mídias online

Ações

Eventos para aumento de visibilidade e engajamento

- Aumento de visibilidade e engajamento do projeto
- Interação com *targets* e sociedade
- Gera experiência
- Cobertura de grandes mídias
- Possibilidade de parcerias
- Por exemplo: evento de natação “Azul da cor do mar”
- E, ainda, Totens Interativos – compor os locais, gerar experiências inovadora e aprendizagem



Ações

Auxílio dos grandes meios de comunicação

- Aumento de notoriedade e autoridade e alcance geral da campanha
- Divulgação do projeto em TV aberta, colunas em jornal impresso
- Gera força do projeto



Nossa Proposta no Ambiente OFF

Mídia	Mensagem	Linguagem
Palestras/ Simpósios	Que tipo de atividades produtivas envolvem a Economia Azul? Porque é importante que o Brasil pense nisso? Impactos da Economia Azul na sociedade brasileira. Quais são os Setores Produtivos de Alto Potencial na Economia Azul brasileira. Soluções inteligentes para captação de energias renováveis; Transporte de cargas	<ul style="list-style-type: none"> - Informações com linguagens e informações técnicas; - Apoio de Slides e Vídeos.
Livretinho/ Folheto	Esclarecimentos sobre o termo Economia Azul e os caminhos que ela pode oferecer para o desenvolvimento do país e mudanças estruturais na economia. Crescimento econômico associado a Sustentabilidade Ambiental, Desenvolvimento Social, Desenvolvimento Tecnológico e Segurança/Defesa. Importância do MAR.	<ul style="list-style-type: none"> - Imagens e infográficos; - Textos explicativos não muito longos, escritos de maneira simplificada; - Divulgação das páginas da internet.
Eventos	Divulgação do projeto em si. Divulgação sobre a campanha de conscientização. Esclarecimentos sobre o termo Economia Azul e os caminhos que ela pode oferecer para o desenvolvimento do país e mudanças estruturais na economia.	<ul style="list-style-type: none"> - Prioridade a experiência dos participantes
Jornais/TV	Divulgação do projeto em si. Divulgação sobre a campanha de conscientização. Esclarecimentos sobre o termo Economia Azul e os caminhos que ela pode oferecer para o desenvolvimento do país e mudanças estruturais na economia.	<ul style="list-style-type: none"> - Matéria de jornal qualificada; - Programas de TV de prestígio

Nossa Proposta nos
Ambientes **ON** e **OFF** para os
Setores de Alto Potencial

Pesca e



Aquicultura

Pesca e Aquicultura	Target	Ação/Mídia
Atividade amplamente conhecida	Não é necessário apresenta-la ao grande público	
Produção de dados da costa e de produção; pesquisa e Desenvolvimento de Tecnologia para ciência do Mar	Interação Academia – Governo	Aproximação dos públicos através de seminários e a partir de ações junto a agências de fomento
<p>Promoção da ampliação das atividades de pesca e aquicultura evidenciando potencial econômico da Pesca, alertando para evitar desastres ou extinção de espécies</p> <p>Modernização da frota pesqueira</p>	Governo e Mercado	<p>Aproximação dos públicos através de seminários, encontros entre empresários e representantes do governo e de bancos públicos</p> <p>Aproximação de redações e jornalistas para oferecer essa pauta para reportagens</p> <p>Possíveis canais para parcerização com a mídia especializada: Jornal Valor Econômico – Editoria Alimentação; Fish TV; Site O Eco; Revista Brasileira de Engenharia de Pesca</p>

Biotecnologia Marinha



Biotecnologia Marinha	Target	Ação/Mídia
<p>Público em geral não tem conhecimento; objetivo é gerar notoriedade da área para o grande público que não a conhece, argumentando que vários países já geram riqueza e conhecimento relacionados ao desenvolvimento da biotecnologia marinha</p>	<p>Sociedade em Geral</p>	<p>Mídia de massa - peças publicitárias informativas Aproximação de redações e jornalistas para oferecer essa pauta para reportagens Possíveis canais para parcerização com a mídia especializada: Jornal Valor Econômico – Editoria Tecnologia; Site O Eco; Portal Ambiente Brasil.</p>
<p>Produtos e Inovação -fomentar ideias, descobertas e inovação/novos produtos, ampliando a participação de empresas no setor e gerando desenvolvimento tecnológico</p>	<p>Governo e Mercado Parcerias Público Privadas</p>	<p>Aproximação dos públicos através de seminários e a partir de ações junto a agências financiadoras</p>
<p>Geração de conhecimento a respeito do ecossistema marinho</p>	<p>Academia e Governo</p>	<p>Aproximação dos públicos através de seminários e a partir de ações junto a agências de fomento</p>



Transporte Marítimo



Transporte Marítimo	Target	Ação/Mídia
<p>Reforçar a ideia e o argumento de que tudo que temos vem pelo Mar, inclusive a internet</p>	<p>Sociedade em Geral</p>	<p>Campanhas Online e off-line com peças de propaganda</p>
<p>O Mar é uma alternativa de transporte complementar e compatível com o rodoviário; pois as estradas que temos, não são suficientes</p>	<p>Sociedade em Geral Empresas de Transporte</p>	<p>Campanhas em periódicos especializados Aproximação de redações e jornalistas para oferecer essa pauta para reportagens Jornal Valor Econômico; revista Portos e Navios; Site Portal Naval; Grupo Portal Marítimo; Site O Eco</p>

Energia Renovável

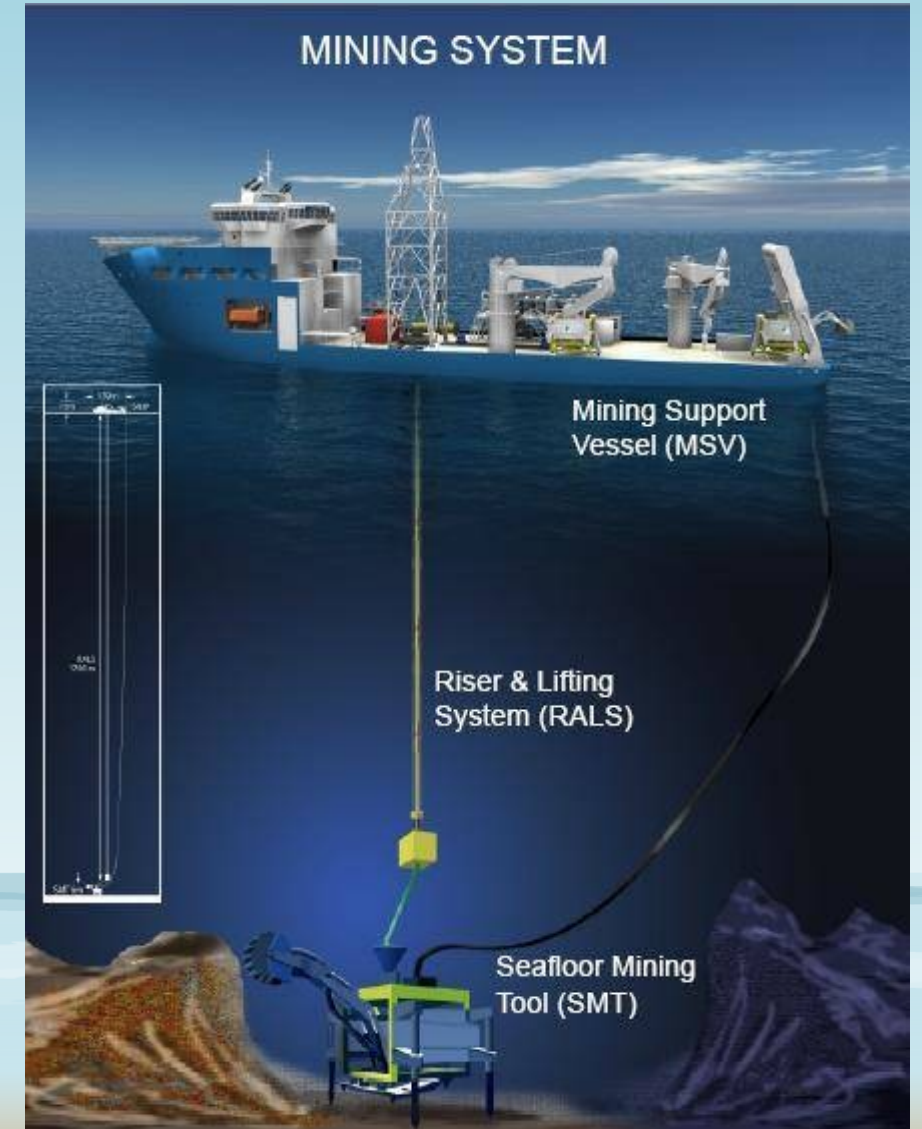


no/do Mar



Energia Renovável no/do Mar	Target	Ação/Mídia
<p>Público em geral não tem conhecimento; objetivo é gerar notoriedade da área para o grande público que não conhece geração de Energia do e no Mar</p>	<p>Sociedade em Geral</p>	<p>Mídias de Massa – peças publicitárias informativas</p>
<p>Nova e boa possibilidade de geração de energia – energia do Mar. Mar deve ser entendido como solução para carência energética; Mar como fonte de energia renovável com menor risco para o ambiente</p>	<p>Sociedade em Geral</p>	<p>Mídias de Massa – peças publicitárias informativas</p>
<p>Desenvolvimento de tecnologia - várias alternativas para matriz energética</p>	<p>Governo e Academia</p>	<p>Encontros entre agências de fomento, universidades e a Marinha</p>

Recursos Marinhos não Vivos



Mineração no Mar – Recursos não Vivos	Target	Ação/Mídia
<p>Público em geral não tem conhecimento; objetivo é gerar notoriedade da área para o grande público que não a conhece</p>	<p>Sociedade em Geral</p>	<p>Mídia de massa - peças publicitárias informativas</p>
<p>Reformulação e integração da legislação mineral e ambiental para o mar</p>	<p>Governo, Sociedade Civil e Mercado</p>	<p>Aproximação dos públicos através de seminários</p> <p>Aproximação de redações e jornalistas para oferecer essa pauta para reportagens</p> <p>Revista Brasil Mineral; Revista Informar; Revista Meio Ambiente Industrial e Sustentabilidade; Revista Mineração e Sustentabilidade</p>
<p>Levantamento de dados oceanográficos</p>	<p>Academia e Governo</p>	<p>Aproximação dos públicos através de seminários e a partir de ações junto a agências de fomento e agências reguladoras</p>

Diretrizes de Comunicação para Ampliar a Consciência sobre o Mar

Duas perguntas:

Você pensa sobre o Mar da mesma forma que pensava antes?

O Mar é importante? Por quê?

O objetivo estratégico do plano de comunicação para ampliar a Consciência sobre o Mar é fazer com que todos respondam “NÃO” à primeira questão e saibam responder a segunda questão de forma clara





João Felipe Sauerbronn – UNIGRANRIO
joao.sauerbronn@unigranrio.edu.br

Flavia Cupolillo - FACHA e UNIGRANRIO
flaviacupolillo@gmail.com