

As mídias digitais na luta sindical

O papel do dirigente na geração de conteúdos qualificados:
formação, visibilidade e engajamento

Cátia Lassalvia

Belém - 5 e 6 setembro 2013



*Uso licenciado sob
Creative Commons*

- Atribuição
- Uso não comercial

Palestrante

Cátia Lassalvia é consultora e atua nas áreas de comunicação estratégica, marketing digital e projetos educacionais para empresas e para o terceiro setor. É consultora de comunicação e marketing do Instituto Superior de Tecnologia e Inovação (ISITEC), iniciativa do Sindicato dos Engenheiros no Estado de São Paulo, e colabora com a CNTU em projetos específicos. Coordena o MBA Executivo em Mídias Digitais e o MBA em Comunicação Empresarial, pelo Ipog, em Brasília e Goiânia. É professora dos cursos de pós-graduação em comunicação no SenacSp.

Atua em comunicação digital desde o ano 2.000. Jornalista, iniciou sua carreira no Jornal do Engenheiro (SEESP), passou por revistas segmentadas, trabalhou no Jornal Folha de São Paulo (como repórter e editora assistente de economia e negócios), passou por agências de comunicação e foi gestora da área “Projetos e Operação Web”, no banco ABNAmro Real. Desde 2008 dedica-se à consultoria e ensino.

Formada em Comunicação pela Fundação Cásper Líbero, pós-graduada em Relações Internacionais (USP), pós-graduanda em Gestão Empreendedora (SenacSp) e Mestre em Ciências Sociais (Política) pela USP. Tem por interesse os estudos sobre cultura digital e sobre os impactos das mídias sociais nas áreas da comunicação, marketing, produtos e gestão.

Sobre o que vamos discutir?

- **Cultura e presença digitais**: a web no Brasil e seus impactos
- O ‘**ecossistema** da comunicação digital’ da **CNTU**
- **Boas práticas** nas mídias para dirigentes
- O que **não fazer nas mídias sociais** e como lidar com conflitos

Espaço aberto a perguntas



Brasil e a web

Cerca de 194 milhões habitantes
IBGE 2011

105 milhões na web
54% da população - 1o sem 2013 - Navegg

45h36m/mês
tempo médio mensal

11 milhões navegam em dispositivos móveis - Celulares e tablets

Classe C já representa 61%
do acesso à web no Brasil -

264 milhões de celulares ativos
Anatel - Março 2013

Facebook: 76 milhões
usuários ativos

Mídias Sociais Digitais

Toda forma de comunicação e relacionamento mediada por tecnologia digital e com uso social

- **Blogs** (e a blogosfera)
- **Redes sociais digitais** – YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, Slideshare e muitas outras
- **Aplicativos** de celular
- Ações de comunicação com **SMS (torpedos)** para grupos
- **Check-in** (geolocalização)

Mídias Sociais Digitais

A lógica do funcionamento

- **Gerar conteúdo**
- **Favoritar**
- **Curtir**
- **Comentar**
- **Compartilhar**
- **Indexar**



Usamos mais redes sociais do que outros países

Média brasileira
uso de redes sociais
pelos internautas:
74%

Média global
uso de redes sociais
pelos internautas:
65%

**Acesso às redes
sociais – Brasil *2**

25 a 35 anos
38%

35 a 49 anos
26%

50 a 64 anos
13%

18 a 24 anos
12%

12 a 17 anos
11%.

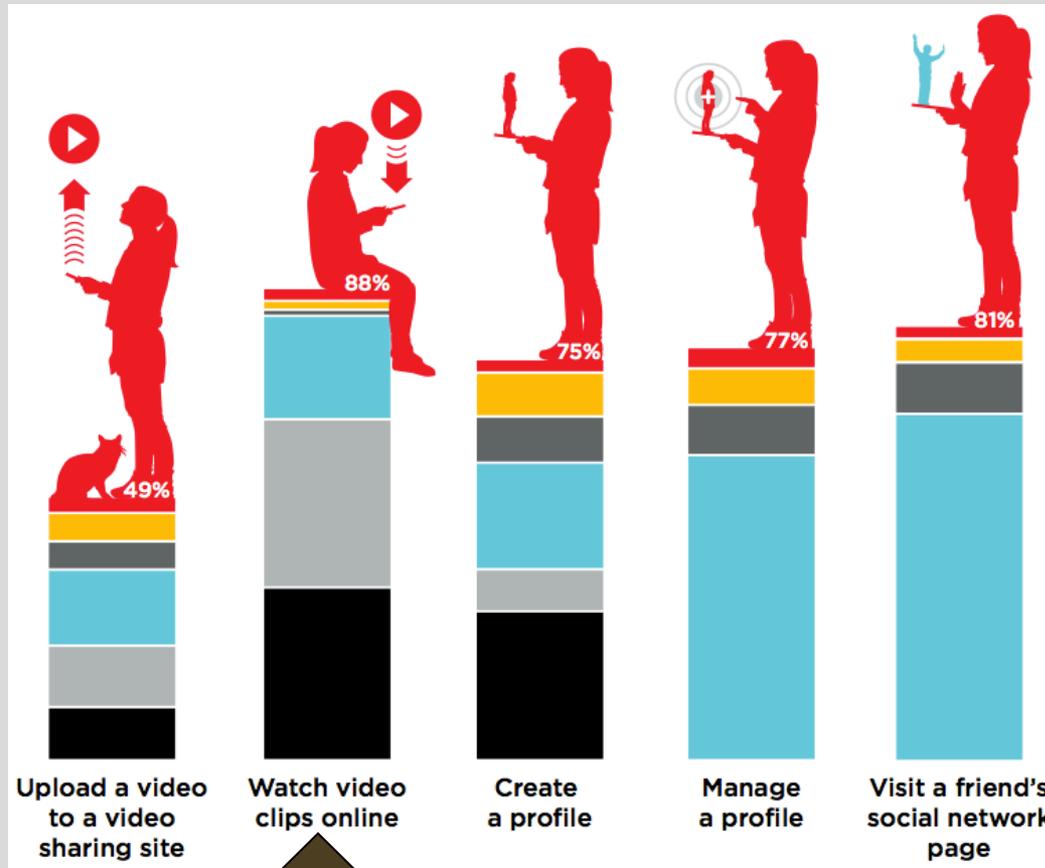
Tendência:

**TV + redes sociais ao mesmo tempo:
como usar em nosso favor? Contraponto**

(1) Wave 6 (Universal McCann Worldwide em 62 países). Pergunta: "Thinking about the internet, which of the following have you ever done?" – Média

(2) Ibope março de 2013 - <http://jornalqgn.com.br/blog/o-perfil-dos-usuarios-nas-redes-sociais>

Assistir a vídeos online é a principal atividade dos brasileiros nas redes sociais digitais



Conteúdos multimídia crescem em importância

Por que isso nos interessa?

- Cada um de nós, aqui na CNTU, é um **ator social** das ideias, causas e plataformas que defende
- Temos **responsabilidade sobre o efeito de cada palavra** comunicada, de cada reflexão gerada: conteúdo e mobilização
- A comunicação **digital** dá **condição ao dirigente** de gerar e amplificar a **visibilidade** de conteúdos qualificados
- Temos que pensar no **legado** para os novos dirigentes, nascidos no limiar deste século.

Articular mentes e criar significados

“Evidentemente a tecnologia não determina os movimentos sociais (...)

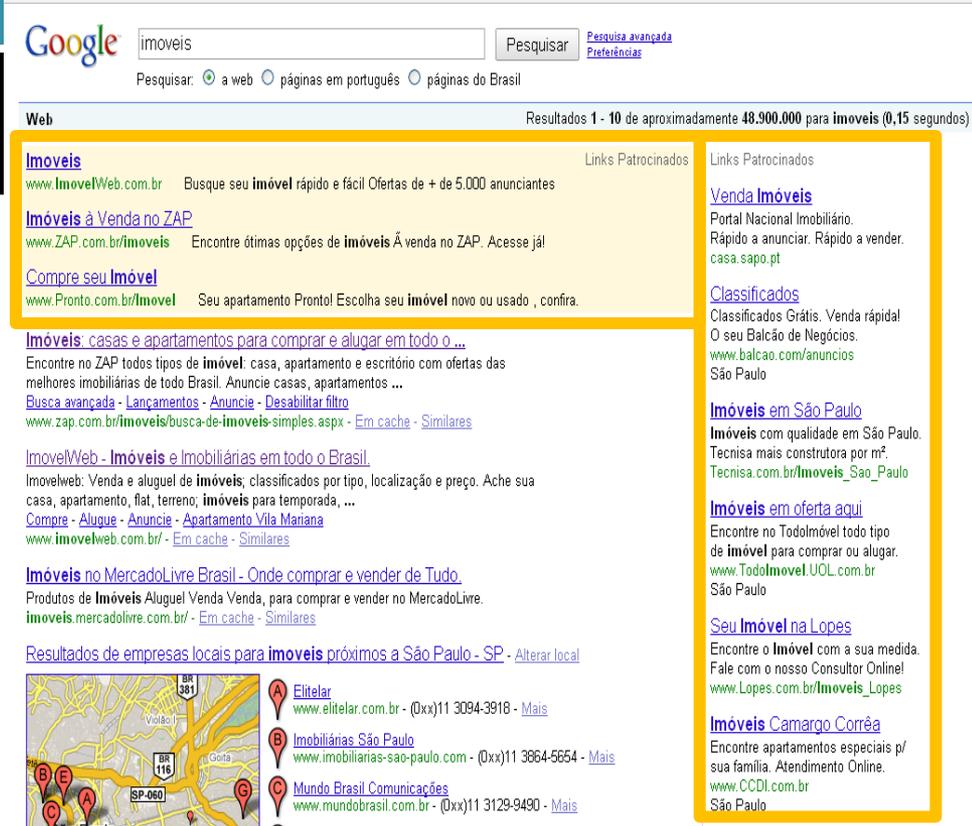
Porém, as redes de internet e de telefonia celular não são apenas ferramentas, mas formas organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para a autonomia política.”

Castells, M (2012)

Auto-comunicação em rede: você produz ou seleciona a mensagem, decide quem recebe e pode reencontrá-la por filtros. Ainda, consegue medir quase tudo isso

Conteúdo digital

A 1ª característica de um conteúdo digital é ser ‘encontrável’:



The screenshot shows a Google search for "imoveis" with the following elements:

- Search Bar:** "Google" logo, search input "imoveis", "Pesquisar" button, and links for "Pesquisa avançada" and "Preferências".
- Filters:** "Pesquisar: a web", "páginas em português", "páginas do Brasil".
- Results:** "Web" section with "Resultados 1 - 10 de aproximadamente 48.900.000 para imoveis (0,15 segundos)".
- Top Results:**
 - Imoveis:** www.ImovelWeb.com.br - Busque seu imóvel rápido e fácil. Ofertas de + de 5.000 anunciantes.
 - Imóveis à Venda no ZAP:** www.ZAP.com.br/imoveis - Encontre ótimas opções de imóveis. À venda no ZAP. Acesse já!
 - Compre seu Imóvel:** www.Pronto.com.br/Imovel - Seu apartamento Pronto! Escolha seu imóvel novo ou usado, confira.
- Text Snippets:**
 - Imóveis: casas e apartamentos para comprar e alugar em todo o ...**
Encontre no ZAP todos tipos de imóvel: casa, apartamento e escritório com ofertas das melhores imobiliárias de todo Brasil. Anuncie casas, apartamentos ...
[Busca avançada](#) - [Lançamentos](#) - [Anuncie](#) - [Desabilitar filtro](#)
www.zap.com.br/imoveis/busca-de-imoveis-simples.aspx - [Em cache](#) - [Similares](#)
 - ImovelWeb - Imóveis e Imobiliárias em todo o Brasil.**
Imovelweb: Venda e aluguel de imóveis, classificados por tipo, localização e preço. Ache sua casa, apartamento, flat, terreno; imóveis para temporada, ...
[Compre](#) - [Alugue](#) - [Anuncie](#) - [Apartamento Vila Mariana](#)
www.imovelweb.com.br/ - [Em cache](#) - [Similares](#)
 - Imóveis no Mercado Livre Brasil - Onde comprar e vender de Tudo.**
Produtos de Imóveis Aluguel Venda Venda, para comprar e vender no MercadoLivre.
imoveis.mercadolivre.com.br/ - [Em cache](#) - [Similares](#)
 - Resultados de empresas locais para imoveis próximos a São Paulo - SP.** - [Alterar local](#)
- Map:** A map of São Paulo with markers A, B, C, D, E, F, G.
- Local Listings:**
 - A Eitelar:** www.eitelar.com.br - (0xx)11 3094-3918 - [Mais](#)
 - B Imobiliárias São Paulo:** www.imobiliarias-sao-paulo.com - (0xx)11 3864-5654 - [Mais](#)
 - C Mundo Brasil Comunicações:** www.mundobrasil.com.br - (0xx)11 3129-9490 - [Mais](#)
- Right Column (Sponsored Links):**
 - Venda Imóveis:** Portal Nacional Imobiliário. Rápido a anunciar. Rápido a vender. casa.sapo.pt
 - Classificados:** Classificados Grátis. Venda rápida! O seu Balcão de Negócios. www.balcao.com/anuncios São Paulo
 - Imóveis em São Paulo:** Imóveis com qualidade em São Paulo. Tecnisa mais construtora por m². Tecnisa.com.br/Imoveis_Sao_Paulo
 - Imóveis em oferta aqui:** Encontre no TodoImovel todo tipo de imóvel para comprar ou alugar. www.TodoImovel.UOL.com.br São Paulo
 - Seu Imóvel na Lopes:** Encontre o Imóvel com a sua medida. Fale com o nosso Consultor Online! www.Lopes.com.br/Imoveis_Lopes
 - Imóveis Camargo Corrêa:** Encontre apartamentos especiais p/ sua família. Atendimento Online. www.CCDI.com.br São Paulo

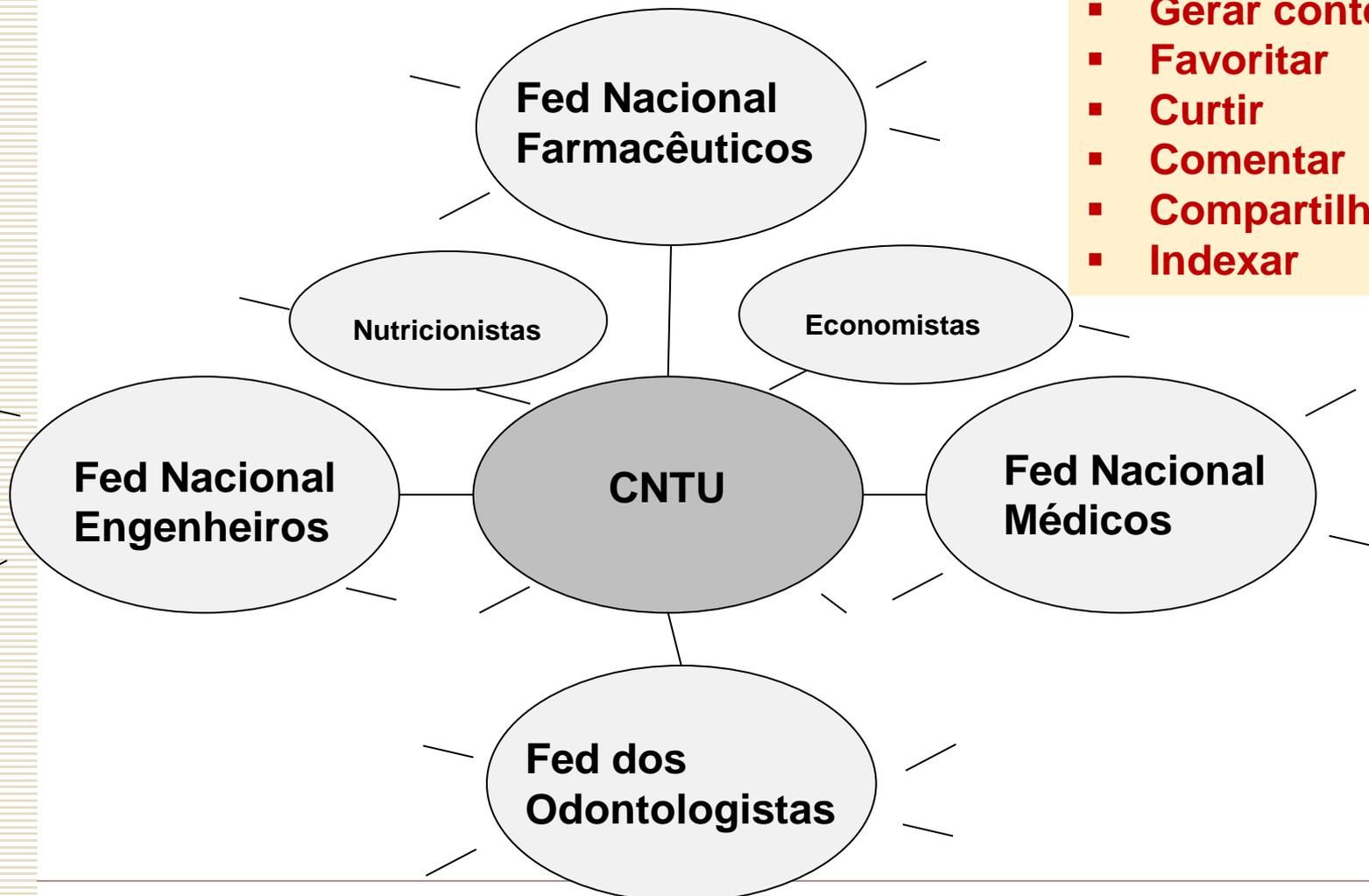
No mundo da web, orientado pelos mecanismos de busca (Google, Yahoo, Bing etc), eles são nosso “leitor” também.

Com conteúdos bem formatados para isso, ganhamos visibilidade e melhor posição nas respostas de buscadores

Ecosistema da comunicação CNTU

DIRIGENTE

- Gerar conteúdo
- Favoritar
- Curtir
- Comentar
- Compartilhar
- Indexar



“Gostei”, “compartilhar”, “adicionar” ...

Entrada (3.224) - c x Facebook (72) TV CUT - Central x CNTU x Jornal do Eng x www.cntu.org.br/ x Facebook (76) Google Agenda x

www.youtube.com/watch?v=wkW9oFdVlbg

YouTube - Broadcas... http://www.youtub... MBA Google Você cai na "armadil... MBA Mídias Digitais Apps | Mercado de ... JumpEducation - Lo... GV -MBA em Marke... espanhol online, apr...

ENGENHEIROS SÃO PAULO Envios recentes



02:52 / 27:40

Jornal do Engenheiro 02/09/13

SE ESP Sindicato dos Engenheiros São Paulo · 98 vídeos 14 visualizações

Inscrito

Gostei Sobre **Compartilhar** Adicionar a

Compartilhar este vídeo Incorporar E-mail

[f](#) [t](#) [g+](#) [e](#) [t](#) [m](#) [v](#) [in](#) [m](#)

Começar em: 2:52



Lavadora e Secadora de ...
Lavadora e Secadora de ...
Lavadora e Secadora de ...

Compre Aqui



Incopre Pré-Fabricados
de Incopre Pré - Fabricados
4.739 visualizações

Anúncio

25-02-13 - ENGENHARIA-DE-REDE - LEANDRO AHMED
equipeexpansao
139 visualizações

Jornal do Engenheiro - 12/03/2013
Sindicato dos Engenheiros São Paulo
302 visualizações

07/06/13 - Especial e homenagem para o engenheiro Aldo Pierri
Jornal de Araraquara
25 visualizações

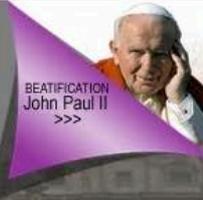
Jornal do Engenheiro - 08/07/2012
Sindicato dos Engenheiros São Paulo
50 visualizações

Jornal do Engenheiro - 05/02/2013
Sindicato dos Engenheiros São Paulo

00:36

- Italiano
- Francais
- English
- Espanol
- Deutsch

THE VATICAN



- VATICAN RADIO
- CTV - VATICAN TV CENTER
- VATICAN WEBSITE
- VATICAN STATE



The Vatican

Subscribe

34,468
subscribers

7,177,677
video views

- Featured
- Feed
- Videos

Search Channel



Benedict XVI: Mary expresses her regality through humility
by vatican 2 days ago

1,262 views

Uploaded videos 1-10 of 1514

Play all



Benedict XVI: Mary expresses her regality through humility
vatican 1,262 views 2 days ago

Mary "is a Queen in service to God and humanity; she is Queen of love, who lives the gift of self to God in order to enter into the plan of salvation for mankind." These we...

About The Vatican

This channel offers news coverage of the main activities of the Holy Father Pope Benedict XVI and of relevant Vatican events.

It is updated daily.

Video images are produced by Centro Televisivo Vaticano (CTV), texts by Vatican Radio (RV) and CTV.

This video-news presents the Catholic Church's position regarding the principal issues of the world today.

Links give access to the full and official texts of cited documents.

less ^

radiovaticana.org/en1/index.asp

212.77.1.245/news_services/bulletin...

vatican.va/news_services/or/or_eng...

radiovaticana.org

Trabalho consistente e contínuo de prover conteúdo ao canal e estímulo para a "causa" desde Bento XVI

Mídias digitais e sociais

**Algumas recomendações
para a comunicação gerada
pelos dirigentes**

Boas práticas na comunicação digital

I – Cada dirigente deve refletir e **se posicionar nas redes, blogs e sites**, dos quais decidir participar:

O que faço aqui? Quais objetivos? **Como eu quero que me vejam?**

- ✓ Analise se não é melhor criar **grupos fechados** para temas mais pessoais, quem ficariam preservados do seu discurso como dirigente. Avise seus amigos sobre isso
- ✓ O conteúdo e a forma nas redes representam a **identidade** da pessoa, do dirigente e das causas que defende. E deve estar planejado para ser **disseminado**

Boas práticas na comunicação digital

II – Cada dirigente pode **começar sua ação repercutindo o que já está no ‘ecossistema’ de informação da CNTU:**

Selecione o que interessa:

- ✓ menos temas, mais relevância

Isso fortalece os canais oficiais e cria mídias de apoio em rede

Mídia própria

+

Mídia “ganha”

Boas práticas na comunicação digital

III – Selecione o melhor tipo de conteúdo: aquele que...

- ✓ **Foca** sua mensagem
- ✓ Dá **suporte** a seus objetivos
- ✓ Exibe **credibilidade** e experiência no tema
- ✓ Abre espaço para **participação**

Muito importante:

concisão, linha editorial clara e diversidade de formatos:
imagens, infográficos e vídeos chamam a atenção

Ideias que gerariam **conteúdo muito extenso podem ser divididas** em diversos posts, para uma semana, por exemplo...

Boas práticas na comunicação digital

IV – Importância de títulos, espaços em branco, intertítulos

- ✓ Na tela digital, **lemos de modo diferente**: fazendo uma rápida passada de olhos e nos atendo ao que interessa (scan and skim)
- ✓ Devido à leitura humana e aos buscadores, são muito importantes:
 - **Títulos**
 - **Intertítulos** significativos a cada 15 linhas (em média)
 - **Espaços em branco** para repousar a visão e guiar a arquitetura da leitura
 - **Toda informação visualmente planejada**: links de acesso, saiba mais, veja xxx etc

Boas práticas na comunicação digital

Qual lado é mais confortável ?

Na tela digital, lemos de modo diferente: fazendo uma rápida passada de olhos e nos atendo ao que interessa (scan and skim)

Devido a isso e aos buscadores, são muito importantes:

Títulos

Intertítulos significativos a cada 8 a 10 linhas

Espaços em branco para repousar a visão e guiar a arquitetura da leitura

Toda informação visualmente planejada: links de acesso...

✓ Na tela digital, lemos de modo diferente: fazendo uma rápida passada de olhos e nos atendo ao que interessa (scan and skim)

✓ Devido a isso e aos buscadores, são muito importantes:

- Títulos
- Intertítulos significativos a cada 8 a 10 linhas
- Espaços em branco para repousar a visão e guiar...

Boas práticas na comunicação digital

V – Seja objetivo e entre logo no assunto!

Para isso **analise cada tipo de rede ou espaço**, pois eles variam. Três ex:

Twitter – 140 caracteres. *Seguir e ser seguido.*

Pode ser usado como uma mídia de acompanhamento de perfis significativos. Pode ser usado para mobilizar, reforçar, divulgar. Não é espaço para aprofundar temas, mas repercute rápido

Blogs – cada vez mais são espaço de reflexão coletiva. Mesmo assim, não são *papers* acadêmicos. O ideal é que seu post não ultrapasse mais do que duas telas no micro e que tenha quebras (brancos, intertítulos, negritos etc)

Facebook – relacionamento, interatividade, posts curtos. Imagem, vídeos e infográficos deixam-no melhor posicionado

Boas práticas na comunicação digital

VI – Ambientes sociais e humanizados

Mídias sociais são ambientes dos quais eu participo com regularidade e relevância

Para dirigentes, funcionam muito bem para gerar a “mídia ganha”: você pode **comentar uma notícia** do site, uma **causa** que está em discussão, algo que **aconteça na semana** e que importa. **Utilidade**

- ✓ São espaços de relacionamento e de conversa.
- ✓ A linguagem deve seguir os bons modos de uma boa conversa, que gere confiança:
 - 1º escutamos
 - 2º nos apresentamos
 - 3º dizemos algo relevante e que não seja formal demais nem vulgar
 - 4º voltamos para conversar com frequência e com temas que interessam

Boas práticas na comunicação digital

VII – Informação multiformato é bem-vinda:

1- se tiver **foto ou vídeo**, use junto **com o post**. Opção é entrar no YouTube e ao compartilhar, o vídeo já vem carregado

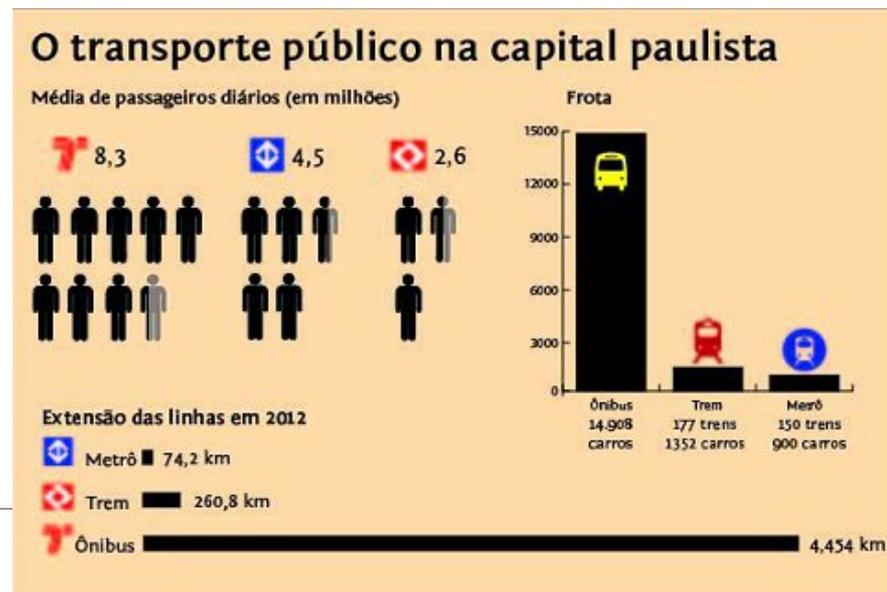
2- se der um endereço, agregue o **mapa** do local

3- se tiver um **gráfico** que explique a informação, **escreva** menos

4- aponte **links de referência** ou **onde aprofunde** o conteúdo (indexação de conteúdos relevantes)

5- deixe uma pergunta, **estimule a interação** ou uma ação final (qdo der)

Na web podemos escrever mais, mas desconstruímos a linearidade



Boas práticas na comunicação digital

IX – Formatos que despertam a atenção para o que você deseja transmitir:

“Bom guardar: os **10 principais aspectos** de uma campanha salarial”

“Vale a pena ler como o **site x discutiu** a polêmica... Veja como...”

“Gostaria de partilhar o **histórico** dessa notícia: tudo começou quando...”

“**Frases e citações** de personalidades importantes no meio e que tenham a ver com o seus conteúdos e objetivos”

“... Nós no sindicato estamos caminhando nesta direção... **O que você pensa** sobre isso?”

Boas práticas na comunicação digital

X – Indexação em rede: Google Alerts e assinatura de canais

Use o Google mas não deixe tudo na mão dele.

Use-o como parte de um processo de captação de conteúdo

- ✓ O GoogleAlerts permite que usuários sejam avisados sobre cada novo conteúdo na internet que seja encontrável pelo buscador e que contenha as palavras-chaves escolhidas por você.
- ✓ Do mesmo modo, **crie uma lista de blogs, redes e sites** que possa acompanhar e que são relevantes
- ✓ Em muitos deles, como no YouTube, por exemplo, você pode se **“inscrever”** ou acompanhar a lista de alguém (fica sabendo quando este alguém publica um vídeo novo)

Boas práticas na comunicação digital

XI – Se texto for mais longo, comece pela conclusão (prática do telégrafo)

Na cultura digital, participamos de uma **acirrada disputa por atenção**

A cada 100 pessoas, pelo menos 90 ainda consomem a informação de forma mais passiva. Nem todos buscam interação. A regra está em torno de 90% 8% 2 %

Sendo cerca de 2% aqueles que geram conteúdo novo e se tornam influenciadores no meio

✓ Vc conhece alguém dos 2%? Relacione-se com ele

"Os leitores na tela digital desejam saber o que aconteceu assim que a matéria começa a se desenvolver. Se for interessante, prestarão atenção. De outra forma, irão a outro lugar."
(Mencher)

Boas práticas na comunicação digital

XII – Hashtags (jogo da velha) na comunicação digital

- ✓ São novos **formatos que ajudam a indexar assuntos nas redes.**
- ✓ **São usados no Twitter**, mas foram também repassados pelas pessoas a outras redes (ex: Facebook, Instagram)
- ✓ Permitem filtrar um assunto rapidamente

Toda campanha, ação, plataforma pode ter hashtags definidas: um jeito de combinar coletivamente como chamaremos aquele assunto em nossos posts.

Pode ser uma ou mais, usadas junto ou em separado.

O dirigente também pode criá-la no contexto e com objetividade

Ex:

#crescebrasil

#estudarvaleapena (mote da campanha contra evasão do ensino médio)

TEMAS CONTROVERSOS E CRISES NA WEB

Perspectiva do dirigente
e da equipe que o assessora em papéis
que não são da área comunicação

Acertando a comunicação interna...

Comunicação em rede é aberta a quem quiser entrar.

E é ótimo que o dirigente e sua equipe participem!

Sendo assim, importante **pensar na estratégia antes:**

- ✓ planejar, junto com a área de comunicação da entidade, as posições e papéis – quem faz o que?
- ✓ normalmente, os **canais oficiais são geridos pela comunicação**, mas potencializados pelos dirigentes
- ✓ qual a **autonomia e cuidados** para passar às suas equipes no uso das redes? (secretárias, outras funções...)

Bacana se houver um documento orientador sobre o tema na entidade

Você discutiria usando um megafone?

Jamais “bater boca” na web

- ✓ A comunicação digital, em especial nos temas políticos, associativos e de movimento social, suscitam **debates calorosos** e, muitas vezes, perfis provocadores (*trolagem e cyberbullying*)
- ✓ Nas redes, **não perca a elegância**. Use informação e conteúdo qualificado como sua melhor arma
- ✓ Deixe claro, na rede, que está à **disposição para conversar, esclarecer e ofereça alternativa privada**, se o tema for importante. Ex: email, fone da entidade, visita
- ✓ **Não apague posts**, a menos que eles firam código de conduta (que deve estar expresso)

Não existe um Direito Digital puro

Calúnia, difamação, danos morais... valem para as redes como para a vida real

- ✓ Não temos um “novo Direito”. Responsabilidades civis, criminais, autorais (...) são as mesmas e valem na web
- ✓ Posts já são usados como prova em ações diversas
- ✓ Já temos jurisprudência que não alivia a manifestação nas redes, quando a pessoa ou empresa passa do limite

Por isso, falamos de posicionamento logo no início: ele define tudo

Muita inverdade circula na rede

Na posição de dirigente, cuidado ao replicar informações sem checá-las. Isso inclusive pode ser “plantado”

- ✓ Quando compartilha, você empresta seu “capital social” a algo que pode não ser verdade.
- ✓ Se for impossível checar e não for algo de extrema importância, deixe isso claro, cite a fonte e siga em frente. Velocidade é um valor na economia da atenção

Qualifique a crise, se ela existir

Como dirigente, discuta com a assessoria de comunicação sempre que houver indício de problema, mesmo que fora dos canais oficiais

- ✓ Boa parte das “crises” de reputação e informação pode ser contornada sem que se mude a estratégia.
- ✓ No calor dos “posts”, às vezes não enxergamos isso e embarcamos na geração de um conteúdo que pode nos prejudicar depois ■

Enfim, resumindo o alcance e conexões

Ação Sindical

Mídias Digitais

Sites, Redes Sociais, Blogs, Ações com celular...

- + Conteúdo relevante e qualificado, orientação a buscadores
- + **DIRIGENTE: replicando, comentando, indexando conteúdo e conversas bem feitos e consistentes**
- + Colaboração (conteúdo gerado pelo usuário)
- + Ativação (uso da base de emails, influenciadores especialistas, todo o trabalho da área de comunicação)

Mídia própria

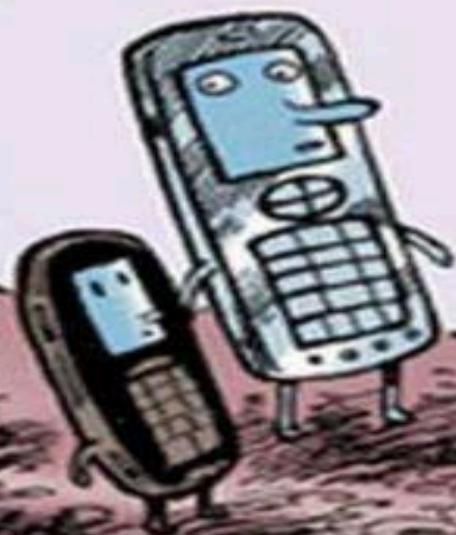
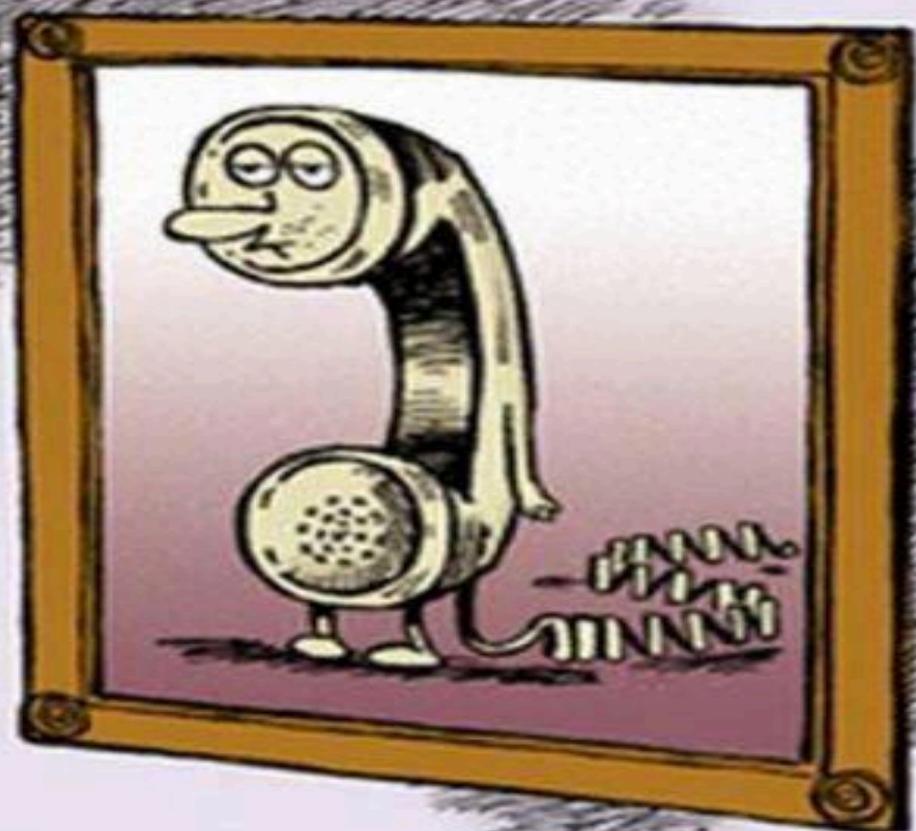
+

Mídia ganha



- Monitoramento
- Avaliação constante
- Redefinições, se necessário

SIM, É VERDADE,
QUERIDO; NOSSOS
ANCESTRAIS
TINHAM CAUDA...



Referências

BAUMAN, Z. *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007

CASTELLS, M. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.
Redes de Indignação e Esperança. São Paulo. Zahar, 2012.

TAPSCOTT, D. – *A Hora da Geração Digital* .Nova Fronteira, 2010.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

Documento EMBRAPA – Guia Condutor de Uso das Mídias Sociais



Obrigada!
Cátia Lassalvia

Facebook, LinkedIn e Skype: catia lassalvia
catia.lassalvia@gmail.com
