Comunicação Eficaz

Técnicas e ferramentas

Olá, meu nome é João Marcelo

Olá, meu nome é João Marcelo

Head de Criação da Komuh

+ de 19 anos em Comunicação
P&P, Processos Criativos, Inovação e Liderança

Apoiar e inspirar agentes e profissionais que trabalhem pela regularização ambiental no Brasil e dialoguem com proprietários e possuidores rurais.

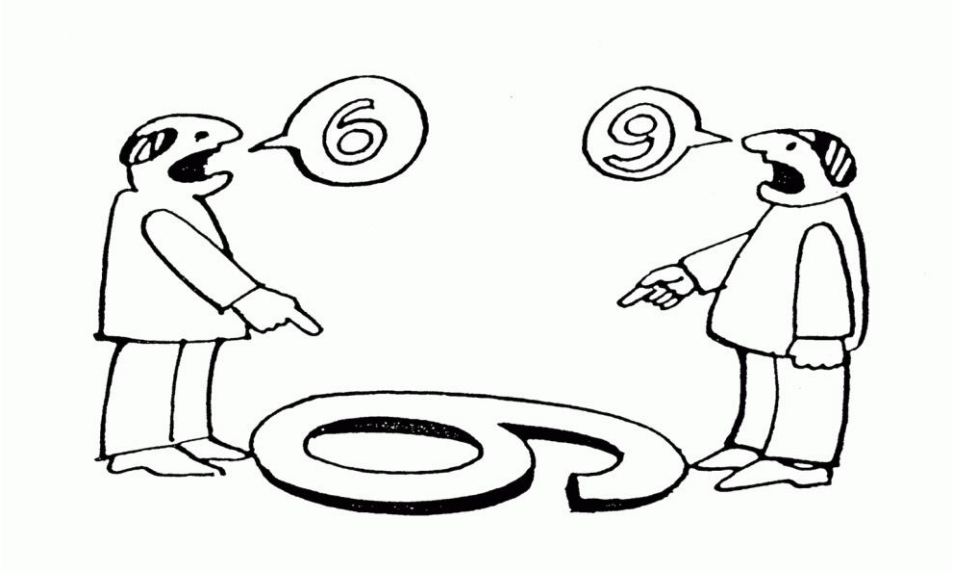
Eu não vou dar uma aula.
Eu vou oferecer caminhos sobre como se comunicar melhor.

1. Importância da comunicação
2. Canais, formatos e tom
3. Comunicação não violenta
4. Escuta ativa
5. Storytelling

1. Importância da comunicação

"A comunicação é o sucesso do mal-entendido."

Jacques Lacan



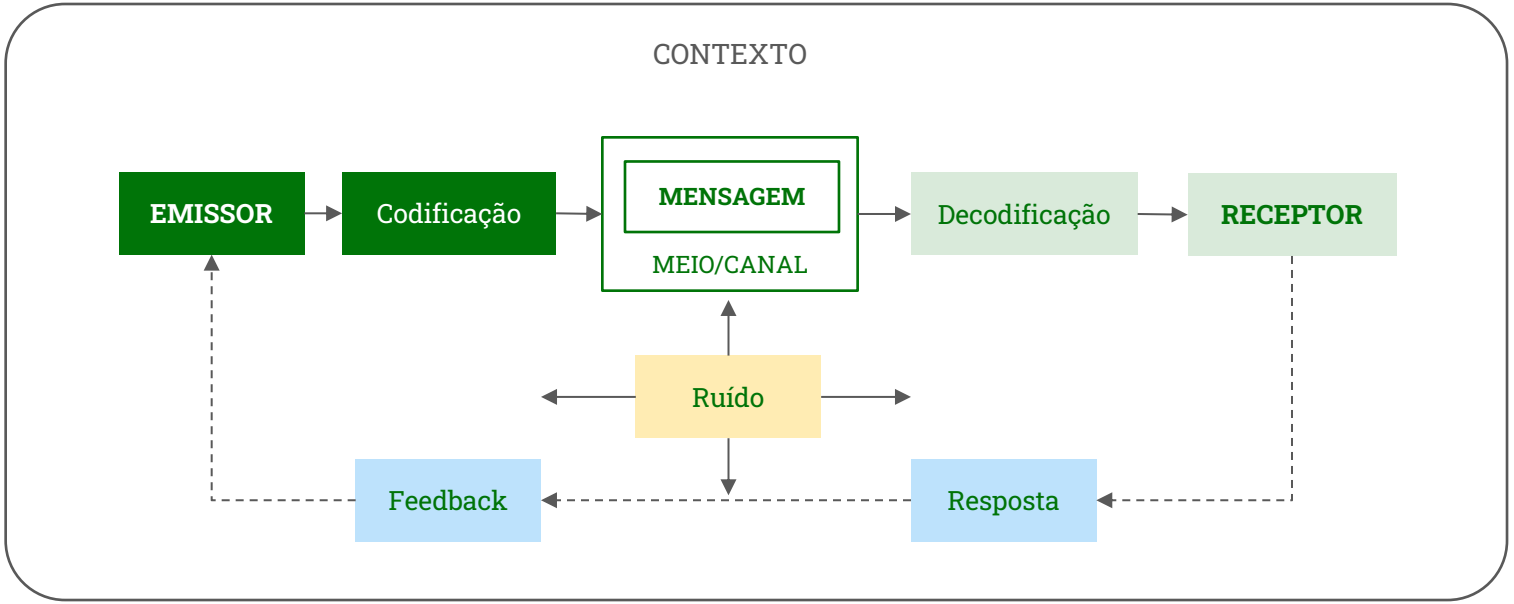
Informação é algo **pessoal.**

Sou eu que defino o que é e o que não é informação.

Na comunicação, **eu interpreto, recrio e reconstruo.**

A comunicação não é um processo simples.

A comunicação não é um processo simples.
Só parece ser.



Mais do que comunicar,
é se comunicar de forma clara e
adaptada ao público.

Mais do que comunicar,
é se comunicar de forma clara e **adaptada ao público**.

Para gerar **compreensão**.

Para construir relações de **confiança**.

Para a aceitação de novas **práticas**.

Laura Bohannan e a universalidade das coisas

Contando Hamlet para uma tribo africana

A antropóloga americana Laura Bohannan resolveu testar se uma tribo primitiva da África (os Tiv) podia compreender Hamlet, de Shakespeare. Ela partia de um pressuposto: **que o poeta e dramaturgo inglês tratava de sentimentos universais nos seus textos dramáticos, portanto todos deveriam entendê-lo**.

Como foi o resultado?

Como foi o resultado?

Um desastre.

Pai de Hamlet é assassinado e vira um fantasma.

O fantasma diz ao filho que só ele pode vingá-lo.

A mãe de Hamlet se casa rapidamente com o tio.

Pai de Hamlet é assassinado e vira um fantasma.

Fantasmas não existem. É um personagem incompreensível.

O fantasma diz ao filho que só ele pode vingá-lo.

A mãe de Hamlet se casa rapidamente com o tio.

Pai de Hamlet é assassinado e vira um fantasma.

Fantasmas não existem. É um personagem incompreensível.

O fantasma diz ao filho que só ele pode vingá-lo.

Mortos não andam nem falam.
Quem assume responsabilidades é o ancião.

A mãe de Hamlet se casa rapidamente com o tio.

Pai de Hamlet é assassinado e vira um fantasma.

Fantasmas não existem. É um personagem incompreensível.

O fantasma diz ao filho que só ele pode vingá-lo.

Mortos não andam, nem falam.
Quem assume responsabilidades é o ancião.

A mãe de Hamlet se casa rapidamente com o tio.

A viúva tinha que ficar pelo menos dois anos de luto.

Vamos entender o que Laura poderia ter feito de **diferente**.

2. Canais, formatos e tom

Muitas vezes, a comunicação não é sobre o que se diz e sim sobre como e onde se diz.

Lógica básica da propaganda:

frequência, alcance e eficiência.

Canais

Mais de 70% das propriedades rurais brasileiras não têm conexão com a internet, segundo a Associação ConectarAgro.

Canais

Mais 70% das propriedades rurais brasileiras não têm conexão com a internet, segundo a Associação ConectarAgro.

- **Canais tradicionais como rádios locais e reuniões presenciais.**

- **Mas há um aumento no uso de plataformas como WhatsApp entre as gerações mais jovens.**

Formatos

81% das pessoas são convencidas a comprar um produto ou serviço depois de assistir a um vídeo (State of Video Marketing).

Formatos

Audiovisuais: vídeos curtos explicativos ou conteúdos com linguagem contextualizada e envolvente podem gerar grande impacto quando exibidos em eventos.

Materiais gráficos: panfletos e cartilhas ilustradas, com linguagem simples, podem ser distribuídos em feiras e eventos locais.

Tom

Respeitoso, acessível e inclusivo.

Usar termos técnicos pode alienar o público.

Evite ser condescendente ou paternalista: enfatize o diálogo igualitário.

oBOTICARIO
GRANDE PARTE VAI PARAR
NA NATUREZA, ACABANDO
COM O CHEIRO ORIGINAL
DE MUITOS LUGARES.

3. Comunicação não violenta

CNV

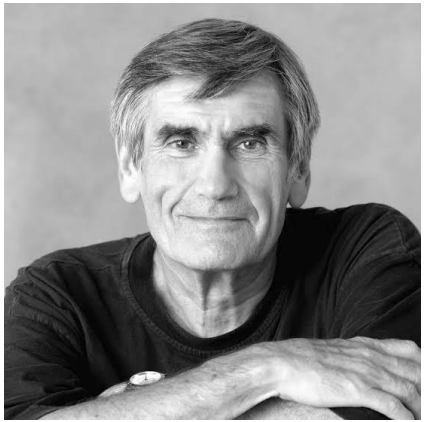
Uma abordagem que permite um diálogo mais construtivo, especialmente em situações potencialmente tensas ou conflituosas.

Tem como objetivo gerar mais compreensão e colaboração nas relações pessoais, profissionais e até com nós mesmos.

+ Empatia

+ Consciência

Princípios da Comunicação Não Violenta, **de Marshall Rosenberg**:



Princípios da CNV:

observação, sentimentos, necessidades e pedidos.

Observação: descreva a situação de maneira neutra, sem emitir julgamentos. Exemplo: “Notei que houve preocupação com o impacto da mineração nas nascentes de água.”

Observação: descreva a situação de maneira neutra, sem emitir julgamentos. Exemplo: “Notei que houve preocupação com o impacto da mineração nas nascentes de água.”

Sentimentos: expresse como essa situação o faz sentir, mas sem acusar. Exemplo: “Eu fico preocupado quando ouço isso porque o cuidado ambiental é uma prioridade.”

Necessidades: explique quais são as suas necessidades ou as da empresa. Exemplo: “Nossa meta é garantir que as nascentes permaneçam preservadas para as gerações futuras.”

Necessidades: explique quais são as suas necessidades ou as da empresa. Exemplo: “Nossa meta é garantir que as nascentes permaneçam preservadas para as gerações futuras.”

Pedidos: faça um pedido concreto e realizável. Exemplo: “Você estaria disposto a conversar sobre as práticas de preservação que podemos implementar juntos?”

Mas comunicação não é só

verbal.

Postura corporal na CNV:

Mantenha uma postura relaxada e aberta, evitando cruzar os braços ou adotar gestos defensivos. Isso mostra receptividade.

Postura corporal na CNV:

Mantenha uma postura relaxada e aberta, evitando cruzar os braços ou adotar gestos defensivos. Isso mostra receptividade.

Faça contato visual regular, mas sem forçar, para transmitir interesse e atenção.

Postura corporal na CNV:

Mantenha uma postura relaxada e aberta, evitando cruzar os braços ou adotar gestos defensivos. Isso mostra receptividade.

Faça contato visual regular, mas sem forçar, para transmitir interesse e atenção.

Incline-se levemente para a frente quando a outra pessoa estiver falando, demonstrando que você está ouvindo ativamente.

Lidando com afirmações falsas ou perguntas

mal-intencionadas.

Mantenha a calma: responder de forma defensiva pode escalar o conflito. Respire fundo e prepare-se para ouvir.

Mantenha a calma: responder de forma defensiva pode fazer escalar o conflito. Respire fundo e prepare-se para ouvir.

Faça perguntas de esclarecimento: busque entender o ponto de vista da pessoa com perguntas abertas. Exemplo: “Você poderia me explicar melhor essa questão para que eu possa entender sua preocupação?”

Corrija com empatia: faça isso de maneira que não desvalorize o outro. Exemplo: “Entendo que essa é uma preocupação comum, mas gostaria de compartilhar alguns dados recentes sobre as medidas de controle ambiental que adotamos.”

Corrija com empatia: faça isso de maneira que não desvalorize o outro. Exemplo: “Entendo que essa é uma preocupação comum, mas gostaria de compartilhar alguns dados recentes sobre as medidas de controle ambiental que adotamos.”

Transforme a crítica em colaboração: reafirme a importância da opinião da outra pessoa e convide-a a participar da solução. Exemplo: “Você levantou um ponto importante. Como você acha que podemos trabalhar juntos para melhorar essa situação?”

4. Escuta ativa

Escutar de forma ativa significa dedicar atenção plena à pessoa que está falando, demonstrando interesse genuíno em entender suas preocupações e sentimentos.

Técnicas de Escuta Ativa

Parafrasear: repetir o que foi dito com suas próprias palavras para confirmar o entendimento.

Perguntas abertas: fazer perguntas que incentivem a pessoa a se expressar mais profundamente (ex.: "Como você se sente em relação a isso?").

Validação: demonstrar que você respeita e valoriza o ponto de vista do outro, mesmo que não concorde com ele.

5. Storytelling

O storytelling é uma ferramenta poderosa que permite criar uma conexão emocional e transmitir informações complexas de maneira envolvente.

Entenda seu público: identifique os valores, as preocupações e expectativas. Isso ajuda a adaptar a narrativa e criar conexão.

Construa uma narrativa estruturada.

Introdução: contextualize o problema que o programa busca resolver. Mostre como isso impacta a vida da comunidade.

Desenvolvimento: apresente os desafios enfrentados pelos produtores e como eles podem superá-los com a adesão ao programa. Inclua exemplos de produtores que se beneficiaram de forma tangível.

Conclusão: apresente o programa como uma solução realista e acessível, mostrando o impacto positivo para a sustentabilidade e a economia local.

Crie personagens reais ou fictícios: utilize histórias de outros produtores rurais que já aderiram ao programa, mostrando seus desafios e conquistas. Isso humaniza a mensagem.

Envolva elementos sensoriais: descreva cenários que possam ser visualizados e sentidos pela comunidade. Fale sobre o ambiente natural que será preservado, a água mais limpa, a terra mais fértil, entre outros.

Incorpore um chamado à ação: conclua a narrativa com uma proposta clara sobre como os produtores podem aderir ao programa, oferecendo um caminho de ação acessível.

Use uma narrativa positiva: mesmo quando abordar desafios, mantenha o tom otimista. Mostre os benefícios e as oportunidades que surgem com a adoção de práticas ambientais, enfatizando o papel da comunidade no sucesso desse processo.

Exemplos do poder do

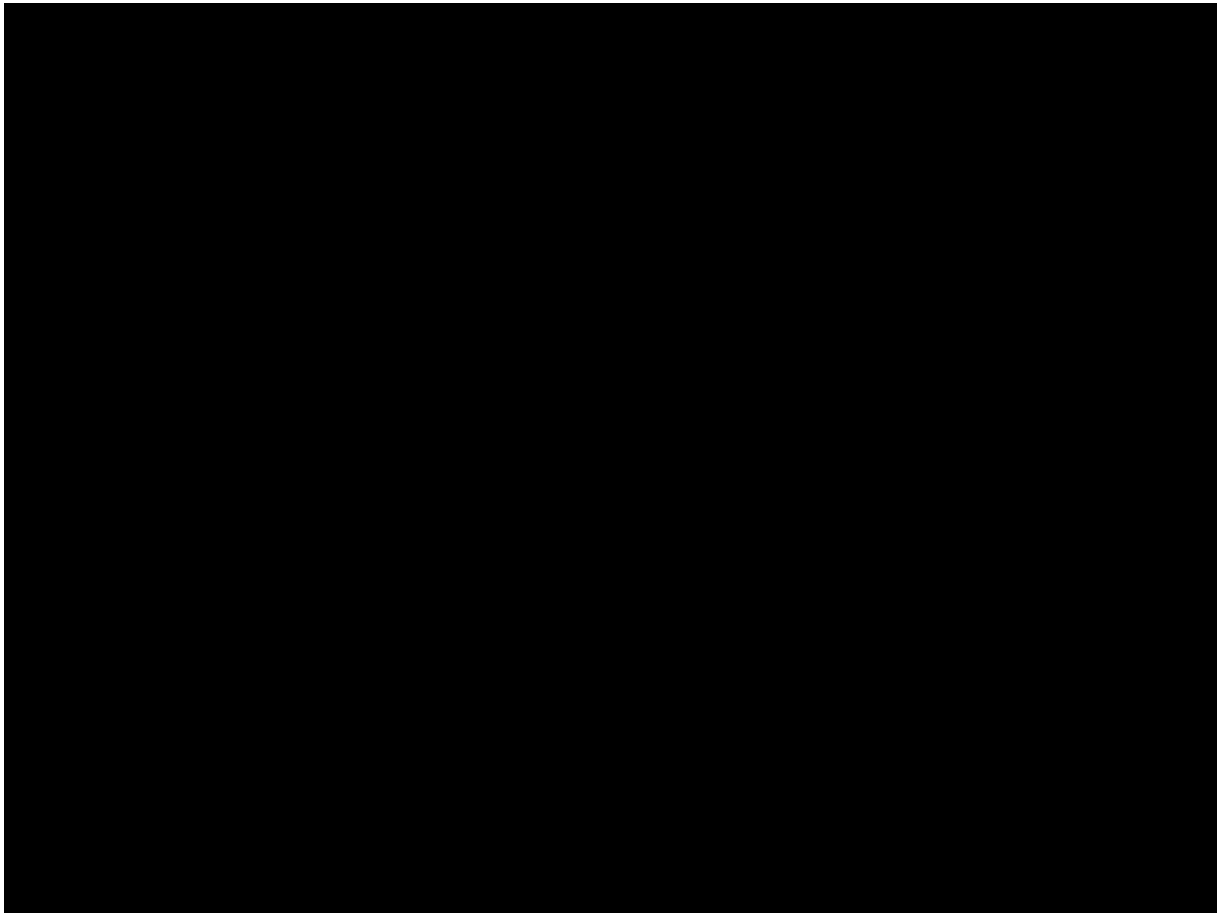
storytelling.

EKOS
UEBT
CERTIFIED
FEITO COM
RESPEITO

Um grande case que começa a ser

construído hoje.

Vídeo Manifesto PSA



Vocabulário: explicando termos técnicos

Ao longo deste manual, você vai encontrar palavras e expressões técnicas que precisam ser bem compreendidas. Portanto, consulte este capítulo sempre que precisar.

ÁREA DE PRESERVAÇÃO PERMANENTE (APP): área protegida, coberta ou não por vegetação nativa, com a função ambiental de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica e a biodiversidade, facilitar o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas.

RESERVA LEGAL (RL): área localizada no interior de uma propriedade ou posse rural, com a função de assegurar o uso econômico e sustentável dos recursos naturais do imóvel rural, auxiliar a conservação e a reabilitação dos processos ecológicos e promover a conservação da biodiversidade, abrigar a fauna silvestre e proteger a flora nativa.

ÁREA DE USO RESTRITO (AUR): áreas de inclinação entre vinte e cinco graus e quarenta e cinco graus, referenciadas no art. 54 da Lei nº 20.922, de 2013.

ÁREA RURAL CONSOLIDADA: área de imóvel rural com ocupação antrópica preexistente a 22/07/2008, com edificações, benfeitorias ou atividades agrossilvipastoris, admitida, neste último caso, a adoção do regime de pousio.

SERVIÇOS AMBIENTAIS: atividades individuais ou coletivas que, direta ou indiretamente, permitam ou melhorem os serviços ecossistêmicos, prestados pela natureza. Como no caso do cercamento de uma nascente, ou o manejo adequado do solo.

SERVIÇOS ECOSSISTÊMICOS: benefícios gerados pela natureza que permitem as condições ambientais adequadas para garantir a vida no planeta.

Banner

Banner internet

Folder

Calendário

Sugestão para ilustração e produção: **www.arado.info**

Canecas esmaltadas

Ecobag

“Se você falar com um homem numa linguagem que ele compreende, isso entra na cabeça dele. Se você falar com ele em sua própria linguagem, você atinge seu coração.”

Nelson Mandela

Obrigado!