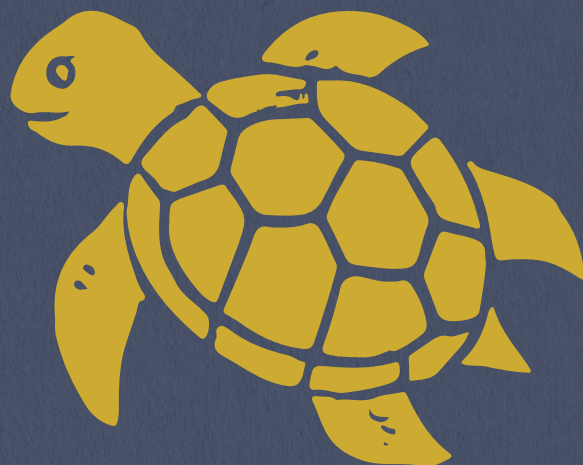
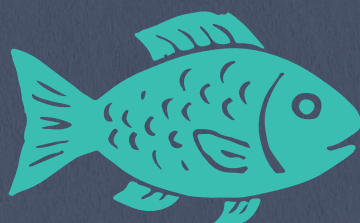




COALIZÃO
CORAIIS
DO BRASIL

GUIA DE COMUNICAÇÃO



GUIA DE COMUNICAÇÃO – COALIZÃO CORAIS DO BRASIL

1. Introdução.....	4
1.1. Propósito do Guia.....	4
1.2. Público de Referência.....	4
1.3. Relação com o BrandBook e o Planejamento Estratégico.....	5
1.4. Estrutura Geral do Documento e Como Utilizá-lo.....	6
2. Princípios da Comunicação da Coalizão.....	7
2.1. O Papel da Comunicação na Coalizão.....	7
2.2. Princípios Orientadores da Comunicação.....	7
Colaboração autêntica.....	8
Justiça socioambiental.....	8
Ciência com propósito.....	8
Transparência e integridade.....	8
Cuidado como estratégia.....	8
Diversidade como riqueza.....	9
Ação concreta e duradoura.....	9
2.3. O que é e o que não é a Comunicação da Coalizão.....	9
2.4. Ética, Coerência e Representatividade.....	10
3. Identidade da Marca e Mensagem Central.....	11
3.1. O que é a Coalizão Corais do Brasil (definição e posicionamento).....	11
3.2. Missão, Visão e Propósito.....	11
3.3. Slogans e Assinaturas.....	12
3.4. DNA da Marca (Síntese Poética e Simbólica).....	13
3.5. Arquétipos e Personalidade da Marca.....	13
O Cuidador.....	13
O Sábio.....	13
O Construtor de Comunidade.....	14
O Explorador (apoio).....	14
3.6. A Metáfora do Polvo: A Inteligência Distribuída da Rede.....	14
4. Voz, Tom e Linguagem.....	15



4.1. A Voz da Coalizão: Essência e Propósito.....	15
4.2. Tom de Voz.....	15
4.3. Linguagem Recomendada.....	16
4.4. Linguagem a Evitar.....	17
4.5. Vocabulário-Chave da Coalizão.....	18
4.6. Expressões e Frases Institucionais Oficiais.....	19
4.7. Guia de Escrita e Gramática.....	19
Inclusão e neutralidade de gênero.....	19
Frases curtas e ativas.....	19
Uso do tempo presente.....	20
Metáforas marinhas e sensorialidade.....	20
Pontuação e respiração visual.....	20
Uso consciente de gírias e emojis.....	20
5. Públicos e Níveis de Consciência.....	21
5.1. Mapeamento dos Públicos Estratégicos.....	21
5.2. Níveis de Consciência.....	22
5.3. Abordagens e Linguagens para Cada Nível.....	24
5.4. Estratégias de Engajamento por Perfil.....	25
Comunidades e povos tradicionais.....	25
ONGs e organizações da sociedade civil.....	25
Academia e pesquisadores.....	25
Empresas e investidores.....	26
Jovens e educadores.....	26
Mídia e formadores de opinião.....	26
Público geral.....	26
6. Identidade Visual e Aplicações.....	28
7. Diretrizes de Comunicação Institucional.....	29
7.1. Padrões para Apresentações e Relatórios.....	29
7.2. Assinaturas de E-mail Institucionais.....	30
7.3. Modelos de Documentos Oficiais.....	32
7.4. Templates e Papéis de Uso Comum.....	32
7.5. Guia de Fotos e Imagens.....	33
Estilo Fotográfico.....	33
Banco de Imagens e Créditos.....	34
Direitos Autorais e Consentimentos.....	34



8. Comunicação Digital e de Campanha.....	35
8.1. Diretrizes para o Site e Landing Page.....	35
8.2. Estratégia para Redes Sociais.....	36
Tom por canal.....	36
Hashtags oficiais e por categoria.....	37
Emojis, ícones e vocabulário visual.....	38
Tipos de conteúdo.....	38
8.3. Diretrizes para Newsletters e E-mails.....	39
8.4. Padrões para Vídeos, Podcasts e Storytelling Audiovisual.....	40
8.5. Diretrizes de Acessibilidade Digital.....	41
9. Comunicação com a Rede e Governança.....	42
9.1. Princípios de Comunicação Interna e Externa.....	42
9.2. Fluxo de Informações entre GTs, Secretariado e Conselhos.....	43
9.3. Padrões de Tomada de Decisão e Validação de Conteúdo.....	44
9.4. Política de Uso da Marca por Parceiros e Membros.....	45
9.5. Protocolo de Lançamentos, Campanhas e Eventos Oficiais.....	46
9.6. Política de Transparência e Prestação de Contas.....	47
10. Engajamento, Relações Públicas e Crises.....	49
10.1. Comunicação com Imprensa e Mídia.....	49
10.2. Porta-Vozes e Treinamento de Fala Pública.....	50
10.3. Comunicação em Eventos (Nacionais e Internacionais).....	52
10.4. Protocolo de Resposta em Situações de Crise ou Conflito.....	53
10.5. Posicionamentos Éticos e Alinhamento com os Valores da Marca.....	54
11. Apêndices e Recursos.....	56
11.1. Glossário de Termos-Chave.....	56
11.2. Lista de Expressões Aprovadas e Proibidas.....	58
11.3. Canais e Contatos de Referência da Equipe de Comunicação.....	59
11.4. Versões Editáveis e Repositórios Oficiais.....	60
Mensagem Final.....	61



1. Introdução

1.1. Propósito do Guia

O Guia de Comunicação da Coalizão Corais do Brasil nasce para fortalecer o elo entre propósito, identidade e expressão. É um instrumento que orienta como comunicamos o que somos, o que fazemos e por que existimos — traduzindo a complexidade e a beleza de uma iniciativa que conecta ciência, sociedade e natureza em torno de um mesmo objetivo: garantir o futuro dos recifes de coral brasileiros.

Mais do que um manual de regras, este guia é um documento de alinhamento e coerência. Ele busca inspirar cada membro, parceiro e colaborador da Coalizão a comunicar-se de forma harmônica, ética e integrada, mantendo viva a essência do movimento: a colaboração autêntica, a justiça socioambiental e o cuidado como estratégia de transformação.

Ao adotar essas diretrizes, fortalecemos a confiança e a clareza das mensagens, garantimos representatividade e ampliamos o impacto coletivo da Coalizão, tanto no território nacional quanto na agenda global dos oceanos.

1.2. Público de Referência

Este guia foi elaborado para **todas as pessoas e organizações que comunicam em nome da Coalizão Corais do Brasil** — de forma direta ou indireta.

Isso inclui:

- **Secretaria Executiva e Conselho Estratégico-Deliberativo**, responsáveis pela comunicação institucional e articulação com parceiros;
- **Grupos de Trabalho (GTs) e Rede de Impacto**, que produzem e compartilham conteúdos técnicos, científicos e territoriais;



- **Organizações parceiras e apoiadoras**, que aplicam a marca ou mencionam a Coalizão em suas ações, campanhas e eventos;
- **Equipe de comunicação**, jornalistas, designers, fotógrafos, pesquisadores e consultores envolvidos em campanhas e materiais oficiais;
- **Representantes e porta-vozes**, que atuam em eventos, palestras, reuniões e encontros institucionais.

O uso deste guia é também recomendado para qualquer membro da rede que deseje alinhar a comunicação das suas iniciativas com a **identidade e os valores da Coalizão**, fortalecendo a coerência da rede e a confiança pública na sua atuação.

1.3. Relação com o BrandBook e o Planejamento Estratégico

O Guia de Comunicação é um **documento complementar e operacional** ao **BrandBook** e ao **Planejamento Estratégico da Coalizão Corais do Brasil**.

Enquanto o BrandBook define os elementos visuais e a estética da marca — logotipo, cores, tipografia, padrões e aplicações —, este guia traduz **como essa identidade fala**, ou seja, o tom, a voz e o vocabulário que expressam a alma da Coalizão.

Já o Planejamento Estratégico fornece as **bases conceituais e os pilares de atuação** — Articulação e Governança, Ciência e Monitoramento, Políticas Públicas, Comunicação e Engajamento, e Empoderamento das Comunidades — que orientam toda a narrativa institucional.

Dessa forma, os três documentos se complementam e formam o tripé da comunicação institucional:

Identidade (BrandBook) → Estratégia (Planejamento) → Expressão (Guia de Comunicação).



1.4. Estrutura Geral do Documento e Como Utilizá-lo

Este guia foi estruturado em onze capítulos que acompanham a jornada da comunicação da Coalizão — desde seus princípios até as aplicações práticas.

Cada seção apresenta orientações conceituais e exemplos que podem ser utilizados em diferentes contextos, como apresentações, campanhas, relatórios e comunicação digital.

A estrutura foi pensada para **facilitar a consulta e o uso cotidiano**, permitindo que cada pessoa encontre rapidamente as informações necessárias para comunicar com coerência, sensibilidade e propósito.

O documento também poderá ser atualizado periodicamente, acompanhando a evolução da Coalizão, as diretrizes da governança e as transformações no campo da comunicação socioambiental.

Em essência, este guia é um **instrumento vivo**, que deve crescer junto com a rede e ser alimentado pela prática e pela escuta coletiva.



2. Princípios da Comunicação da Coalizão

2.1. O Papel da Comunicação na Coalizão

A comunicação é o fio condutor que mantém unida a rede viva da **Coalizão Corais do Brasil**. Mais do que divulgar informações, ela **tece relações de confiança, traduz a ciência em linguagem acessível e cria pontes entre setores, territórios e saberes**.

Em um movimento colaborativo e multissetorial como este, comunicar é **atuar estrategicamente pela conservação**, pois cada palavra, imagem e gesto têm o poder de inspirar ação e corresponsabilidade.

A comunicação é, portanto, **uma ferramenta de articulação, transparência e engajamento**, essencial para mobilizar parceiros, influenciar políticas públicas e sensibilizar a sociedade sobre a importância dos recifes de coral.

Ela conecta o campo científico à experiência das comunidades costeiras, traduz o conhecimento técnico em emoção e propósito, e faz da Coalizão uma voz coletiva — que fala com coerência, mas também com alma.

A comunicação, dentro da Coalizão, é vista como uma **ação de cuidado**, um espaço de escuta e partilha. É a linguagem que alimenta a rede, fortalece o sentimento de pertencimento e amplia o alcance das ações de conservação e restauração dos recifes de coral no Brasil.

2.2. Princípios Orientadores da Comunicação

A comunicação da Coalizão deve refletir, em todas as suas manifestações, os valores que sustentam o movimento. Estes princípios orientam a forma como falamos, ouvimos e nos relacionamos — dentro e fora da rede.



Colaboração autêntica

Toda comunicação nasce do encontro. Somos uma rede de vozes que se fortalecem mutuamente, e nossa narrativa é construída de forma compartilhada, respeitando os diferentes pontos de vista, ritmos e saberes.

A escuta ativa é tão importante quanto a fala: comunicar é também abrir espaço para o outro.

Justiça socioambiental

A comunicação deve evidenciar o compromisso da Coalizão com a equidade e o reconhecimento dos direitos dos povos e comunidades tradicionais.

Valorizamos o saber local e o protagonismo de quem vive e protege os territórios costeiros e marinhos, assegurando representatividade e diversidade nas narrativas e imagens que produzimos.

Ciência com propósito

A voz da Coalizão é guiada por evidências. A comunicação parte da base científica, mas é traduzida com sensibilidade para alcançar corações e mentes.

Nossa missão é tornar o conhecimento acessível, promovendo a confiança pública na ciência e fortalecendo sua relação com a sociedade.

Transparência e integridade

Toda mensagem deve expressar clareza, verdade e responsabilidade.

A comunicação é também um compromisso ético: informamos com precisão, reconhecemos erros, compartilhamos resultados e prestamos contas de forma aberta.

A integridade é o alicerce da credibilidade da Coalizão.

Cuidado como estratégia

Cuidar é um verbo central na identidade da Coalizão — e também um ato comunicativo.

Cuidamos das palavras, das imagens e das relações.

Nosso discurso é sensível, respeitoso e construtivo, mesmo diante de desafios ou divergências.

A comunicação é sempre uma oportunidade de fortalecer vínculos e gerar confiança.



Diversidade como riqueza

Somos um mosaico de vozes, territórios, culturas e saberes.

A comunicação da Coalizão deve refletir essa diversidade em tom, forma e conteúdo, garantindo visibilidade às múltiplas expressões do Brasil recifal.

Diversidade é também inovação: quanto mais plural nossa escuta, mais criativas e eficazes serão nossas soluções.

Ação concreta e duradoura

A comunicação é também uma forma de agir.

Cada mensagem deve inspirar transformação real, mobilizar pessoas e consolidar resultados.

Acreditamos que o impacto da palavra está em sua continuidade — e por isso nossa comunicação busca permanência, não efemeridade.

Queremos deixar rastros de mudança, como corais que crescem sobre estruturas sólidas.

2.3. O que é e o que não é a Comunicação da Coalizão

A comunicação da Coalizão é:

- Um instrumento de integração e fortalecimento da rede;
- Uma expressão ética, transparente e fundamentada na ciência;
- Uma ponte entre saberes técnicos e saberes tradicionais;
- Um canal de engajamento, diálogo e corresponsabilidade;
- Um espelho fiel dos valores institucionais e da missão coletiva.



A comunicação da Coalizão não é:

- Um espaço de promoção individual ou institucional;
- Um instrumento de disputa, militância partidária ou autopropaganda;
- Um canal de mensagens alarmistas, negativas ou descontextualizadas;
- Uma ferramenta de imposição de discursos ou hierarquias;
- Um fim em si mesma: comunicar é sempre um meio para o impacto.

2.4. Ética, Coerência e Representatividade

A comunicação da Coalizão deve ser **coerente entre o que se diz, o que se faz e o que se acredita**.

A ética é o eixo central dessa coerência: cada ação comunicacional deve honrar os compromissos assumidos publicamente pela Coalizão e respeitar as pessoas, os territórios e as organizações envolvidas.

A representatividade é igualmente essencial. Toda comunicação deve buscar incluir múltiplas vozes e olhares — de pesquisadores a pescadores, de comunidades locais a formuladores de políticas.

Ser representativo não é falar por todos, mas **falar com todos**, abrindo espaço para que a diversidade de perspectivas se manifeste de forma equilibrada.

A coerência entre discurso e prática é o que sustenta a confiança da rede e legitima a Coalizão como uma iniciativa de referência na conservação marinha.

Por isso, comunicar com ética é, antes de tudo, **um ato de responsabilidade compartilhada**.



3. Identidade da Marca e Mensagem Central

3.1. O que é a Coalizão Corais do Brasil (definição e posicionamento)

A **Coalizão Corais do Brasil** é uma iniciativa da sociedade civil brasileira que integra ciência, comunidades, setor privado e poder público em uma ação coordenada pela conservação e restauração dos recifes de coral do país.

Mais do que uma rede de instituições, é um **movimento de inteligência coletiva**, guiado pela urgência de proteger ecossistemas essenciais à vida marinha, à resiliência costeira e ao futuro do planeta.

A Coalizão nasce inspirada na agenda global do **The Coral Breakthrough**, da ONU, e atua como a expressão brasileira desse movimento, conectando compromissos locais a metas internacionais.

Sua função é articular esforços, ampliar o alcance das iniciativas existentes, evitar sobreposição de ações e catalisar soluções duradouras para a conservação marinha.

Seu posicionamento central é o de uma **plataforma integradora e transformadora**, que se comunica com legitimidade técnica e sensibilidade humana.

A Coalizão não é uma instituição hierárquica, mas um organismo vivo em rede — um coral social, feito de múltiplos ramos que crescem juntos em direção à mesma luz.

3.2. Missão, Visão e Propósito

Missão

Promover a conservação e restauração dos recifes de coral no Brasil, articulando atores-chave e integrando iniciativas para fortalecer a agenda nacional e global.



Visão

Os recifes de coral do Brasil são reconhecidos como ecossistemas essenciais para a biodiversidade e a economia costeira, recebendo investimentos e apoio contínuos que garantem sua proteção e resiliência a longo prazo.

Propósito

Unir diversos setores (sociedade civil, academia, setor privado e comunidades locais) em uma governança transparente e robusta para catalisar ações práticas, influenciar políticas públicas, impulsionar soluções inovadoras e assegurar a sustentabilidade financeira da conservação dos corais visando o protagonismo do Brasil na agenda global de conservação de corais.

3.3. Slogans e Assinaturas

Os slogans e assinaturas institucionais da Coalizão sintetizam sua essência e podem ser utilizados em campanhas, materiais gráficos, apresentações e comunicações digitais, sempre em alinhamento com o BrandBook.

Slogan principal (institucional):

Coalizão Corais do Brasil — Pela vida que pulsa sob o mar.

Assinaturas complementares (contextuais):

- **Unindo vozes pela conservação dos recifes de coral.**
- **Onde a ciência encontra o cuidado.**
- **Redes que regeneram o oceano.**
- **O futuro dos recifes começa agora.**

Essas expressões traduzem o espírito da Coalizão: uma união entre ciência, sensibilidade e ação coletiva.



3.4. DNA da Marca (Síntese Poética e Simbólica)

O DNA da Coalizão é tecido na interseção entre o humano e o marinho.

É ciência que floresce em empatia, é rede que se expande em confiança, é território que se reconecta ao seu próprio ritmo natural.

Essência: vida em rede.

Símbolo: o coral — organismo plural que, ao crescer coletivamente, cria abrigo, beleza e equilíbrio.

Energia central: colaboração e regeneração.

Tom: sereno, assertivo e inspirador.

Missão simbólica: traduzir o pulsar do oceano em compromisso humano.

A marca é viva, orgânica e relacional.

Assim como os recifes, é feita de **múltiplos seres interdependentes** que, juntos, formam uma estrutura de força e resiliência.

A identidade da Coalizão é, portanto, **o reflexo de uma inteligência compartilhada e sensível ao tempo da natureza.**

3.5. Arquétipos e Personalidade da Marca

A narrativa simbólica da Coalizão é orientada por quatro arquétipos principais que expressam suas virtudes e comportamentos comunicacionais.

O Cuidador

Representa o compromisso com o cuidado — com a vida marinha, com as comunidades costeiras e com a rede de parceiros. Sua voz é compassiva, empática e orientada para o bem comum. O Cuidador inspira confiança e age para proteger.

O Sábio

Simboliza a base científica e o conhecimento que orienta as ações da Coalizão.

Sua comunicação é clara, fundamentada e acessível, evitando o jargão técnico e priorizando



a precisão e a credibilidade. O Sábio busca compreender antes de agir, e ensina por meio da clareza.

O Construtor de Comunidade

É a força que une e mobiliza. Representa a capacidade da Coalizão de articular diferentes setores, integrar saberes e promover cooperação genuína. Sua comunicação é inclusiva, inspiradora e horizontal, reforçando o senso de pertencimento.

O Explorador (apoio)

Traz o olhar curioso e criativo, aberto à inovação e às novas formas de comunicar e restaurar. O Explorador amplia horizontes e desafia fronteiras, trazendo frescor e vitalidade à marca. A personalidade resultante é **sábia, acolhedora e colaborativa**, com espírito curioso e inovador. Uma voz que combina **ciência e poesia**, rigor e afeto.

3.6. A Metáfora do Polvo: A Inteligência Distribuída da Rede

O **polvo** é o símbolo não oficial da inteligência da Coalizão.

Ser múltiplo é sua natureza: cada braço tem autonomia, mas todos se movem em harmonia, conectados por um mesmo coração.

Assim é a Coalizão — uma rede que pensa e age de forma distribuída, onde cada parceiro é um ponto de força e sensibilidade. Como o polvo, a Coalizão se adapta, aprende, cria e se regenera. Sua comunicação é fluida, interconectada e responsiva, como um organismo vivo que sente o ambiente e responde a ele com sabedoria.

Essa metáfora traduz a essência da governança em rede: **inteligência compartilhada, autonomia responsável e coordenação orgânica**. Na prática, significa que cada mensagem, ação ou iniciativa da Coalizão é parte de um corpo maior — e só tem sentido quando age em sinergia com o todo.



4. Voz, Tom e Linguagem

4.1. A Voz da Coalizão: Essência e Propósito

A voz da **Coalizão Corais do Brasil** é uma só — ainda que falada por muitas bocas. É a voz de uma rede viva, que comunica com clareza, empatia e responsabilidade. Uma voz que representa o encontro entre ciência e cuidado, entre a objetividade dos dados e a subjetividade da vida que pulsa sob o mar.

A essência dessa voz é o **diálogo**. Ela não impõe, mas convida. Ela não busca convencer pelo medo, mas inspirar pela esperança e pela ação. É uma voz que fala de futuro, mas enraizada no presente; que acolhe as diferenças e transforma complexidade em compreensão compartilhada.

Seu propósito é **gerar consciência e corresponsabilidade**, traduzindo o conhecimento técnico em linguagem viva, capaz de mobilizar governos, empresas, comunidades e cidadãos em torno da proteção dos recifes de coral.

A voz da Coalizão é serena, lúcida e comprometida. Ela fala com propósito — e escuta com o mesmo cuidado com que o oceano acolhe as marés.

4.2. Tom de Voz

O tom é o que ajusta a voz à situação e ao público. Ele define a atmosfera emocional da comunicação da Coalizão — sempre guiada por empatia, precisão e propósito.



Parâmetro**Definição para a Coalizão**

Seriedade Alta. Fala com responsabilidade e compromisso, sem perder a leveza e a capacidade de encantar.

Casualidade Moderada. Mantém naturalidade e proximidade, especialmente em comunicações de engajamento.

Irreverência Baixa. A Coalizão preza pela credibilidade e serenidade, usando a criatividade de forma sutil e elegante.

Entusiasmo Equilibrado. Inspira com emoção e esperança, mas sem exageros ou apelos dramáticos.

Resumo: o tom da Coalizão é **inspirador, respeitoso e confiante**, com equilíbrio entre rigor científico e calor humano.

Ele se adapta ao contexto, mas sempre mantém coerência com os valores institucionais: clareza, colaboração e cuidado.

4.3. Linguagem Recomendada

A linguagem da Coalizão deve ser **afetiva, colaborativa, clara, fundamentada e poética**.

É uma comunicação que informa e toca, que educa e aproxima, que sensibiliza sem perder a objetividade.

- **Afetiva**, porque reconhece o valor das relações humanas e da natureza.



- **Colaborativa**, porque fala em rede e valoriza a pluralidade de vozes.
- **Clara**, porque a transparência é essencial à confiança pública.
- **Fundamentada**, porque a base científica sustenta a credibilidade da Coalizão.
- **Poética**, porque o oceano também fala por metáforas — e a sensibilidade é uma forma de conhecimento.

Exemplo de tom recomendado:

“Os recifes de coral são mais do que ecossistemas: são redes vivas que nos ensinam sobre interdependência e resiliência. Proteger os corais é proteger a nós mesmos.”

4.4. Linguagem a Evitar

Algumas formas de expressão devem ser evitadas, pois destoam dos valores e da imagem institucional da Coalizão.

- **Técnica e excessivamente científica:** evita jargões ou siglas sem explicação. A comunicação deve ser acessível e inclusiva.
- **Fria ou corporativa:** o discurso mecanizado distancia o público e reduz o potencial de engajamento.
- **Colonial ou hierárquica:** não há “quem ensina” e “quem aprende”, mas trocas entre saberes.
- **Alarmista ou apocalíptica:** não mobilizamos pelo medo, mas pela esperança e pela ação concreta.



- **Proselitista ou partidária:** a Coalizão é apartidária e neutra, focada em ciência, justiça e colaboração.

Exemplo de tom a evitar:

“Se nada for feito, os recifes de coral desaparecerão para sempre.”

Versão recomendada:

“Ainda há tempo de regenerar o que o oceano nos confia — mas é preciso agir agora, juntos.”

4.5. Vocabulário-Chave da Coalizão

O vocabulário da Coalizão deve refletir seus pilares conceituais e sua visão de mundo. Abaixo, uma seleção de termos e expressões de uso preferencial:

Palavras-chave:

Conservação • Restauração • Rede • Cuidado • Vida marinha • Justiça socioambiental • Ciência com propósito • Diversidade • Corresponsabilidade • Comunidade costeira • Cultura oceânica • Resiliência • Ação coletiva • Colaboração autêntica • Transparência • Inovação • Regeneração • Futuro comum

Expressões frequentes:

- “A vida que pulsa sob o mar”
- “Ciência e cuidado caminhando juntos”
- “Construindo redes para regenerar o oceano”
- “Em defesa dos recifes e das comunidades que deles dependem”
- “O oceano nos conecta — e a colaboração nos fortalece”



Esse vocabulário deve aparecer com consistência nas comunicações institucionais, criando familiaridade e reforçando a identidade verbal da Coalizão.

4.6. Expressões e Frases Institucionais Oficiais

Para garantir unidade de discurso, algumas frases institucionais devem ser utilizadas como pilares comunicacionais, especialmente em apresentações, campanhas e releases:

- “Somos uma rede pela vida que pulsa sob o mar.”
- “Unimos ciência, comunidades e compromisso pelo futuro dos recifes.”
- “A conservação dos corais é uma ação de cuidado com o planeta.”
- “A força da Coalizão está na soma das vozes que escolhem agir.”
- “Quando o oceano respira, a Terra respira com ele.”

Essas frases podem ser aplicadas em materiais visuais, folders, sites e discursos, funcionando como âncoras narrativas e identitárias.

4.7. Guia de Escrita e Gramática

Inclusão e neutralidade de gênero

Utilizar linguagem inclusiva e não sexista, evitando o uso genérico do masculino.

Exemplo: preferir “as pessoas envolvidas” a “os envolvidos”.

Sempre que possível, optar por termos neutros e plurais que representem todas as identidades.

Frases curtas e ativas



Valorizar a objetividade e o ritmo fluido. A escrita deve ser direta, mas sem perder sensibilidade.

Exemplo: “A Coalizão fortalece a conservação dos corais”, e não “A conservação dos corais é fortalecida pela Coalizão.”

Uso do tempo presente

O tempo verbal presente transmite clareza, urgência e engajamento.

Exemplo: “Agimos pela conservação dos corais” em vez de “Agiremos pela conservação dos corais.”

Metáforas marinhas e sensorialidade

A linguagem pode recorrer a imagens do oceano e da natureza como forma de traduzir sensações e valores.

Exemplo: “Cada parceiro é uma maré que move este recife de ações.”

Pontuação e respiração visual

Usar pausas que favoreçam a leitura leve e inspiradora.

A pontuação deve conduzir o olhar e criar ritmo, como o movimento das ondas.

Uso consciente de gírias e emojis

Evitar gírias ou expressões informais em materiais institucionais.

Em redes sociais, o uso de emojis deve ser pontual e simbólico, nunca excessivo ou central na mensagem.



5. Públicos e Níveis de Consciência

5.1. Mapeamento dos Públicos Estratégicos

A comunicação da **Coalizão Corais do Brasil** atua em múltiplas camadas — institucionais, técnicas e populares.

Cada mensagem precisa reconhecer **quem ouve, o que compreende e como se envolve**. Por isso, mapear os públicos estratégicos é essencial para garantir uma comunicação eficaz, respeitosa e transformadora.

Os públicos da Coalizão são agrupados conforme seu papel na rede e seu grau de envolvimento com a causa dos recifes de coral:

Categoria	Descrição e objetivos de comunicação
Parceiros institucionais (ONGs, universidades, órgãos públicos, setor privado)	Reforçar vínculos, divulgar resultados, consolidar confiança e promover o alinhamento institucional.
Rede de Impacto e GTs	Facilitar o fluxo de informações, fortalecer o senso de pertencimento e garantir coerência entre os eixos temáticos.
Comunidades costeiras e tradicionais	Traduzir a linguagem técnica, valorizar o saber local e promover o protagonismo territorial.



Academia e centros de pesquisa	Estimular a cooperação científica, o compartilhamento de dados e o reconhecimento da Coalizão como referência de rede colaborativa.
Empresas e investidores socioambientais	Demonstrar resultados concretos e oportunidades de impacto positivo. Comunicar com clareza, credibilidade e propósito.
Sociedade civil e formadores de opinião	Inspirar engajamento e cultura oceânica. Produzir narrativas acessíveis, emocionais e fundamentadas.
Jovens e educadores	Despertar senso de pertencimento e esperança, reforçando a noção de corresponsabilidade e futuro comum.
Mídia e jornalistas	Garantir consistência nas mensagens, prover dados confiáveis e histórias humanas que traduzam o impacto real da Coalizão.

A comunicação com cada público deve preservar os princípios de **clareza, transparência e cuidado**, adequando tom, profundidade e canal conforme o contexto.

5.2. Níveis de Consciência

(Da desconexão à multiplicação)



A Coalizão reconhece que as pessoas e organizações encontram-se em diferentes estágios de consciência sobre os recifes de coral e a agenda oceânica.

Compreender esses níveis permite **modular a linguagem e a abordagem**, construindo pontes reais de engajamento.

Nível	Perfil e percepção	Objetivo da comunicação
1. Desconectado	Pouco ou nenhum contato com o tema oceano e conservação marinha.	Despertar curiosidade e empatia, usando narrativas inspiradoras e visuais impactantes.
2. Sensibilizado	Reconhece a importância dos oceanos, mas desconhece os recifes ou o papel do Brasil.	Ampliar o repertório e conectar emoção a informação científica.
3. Engajado	Acompanha iniciativas ambientais e participa de ações pontuais.	Fornecer dados, evidências e caminhos de participação concreta.
4. Articulador	Atua em rede, colabora com projetos e multiplica boas práticas.	Fortalecer vínculos institucionais e estimular a corresponsabilidade.
5. Multiplicador	Inspira e mobiliza outras pessoas, tornando-se voz ativa da causa.	Oferecer ferramentas de disseminação e visibilidade, reforçando o papel de liderança.



O propósito da comunicação é conduzir cada pessoa **do despertar à ação, da ação à multiplicação**.

5.3. Abordagens e Linguagens para Cada Nível

Cada nível de consciência demanda uma abordagem específica, tanto no tom quanto nos canais e formatos utilizados.

Nível	Abordagem comunicacional	Exemplo de linguagem
Desconectado	Narrativas visuais, emoção e pertencimento.	“O oceano é o coração azul do planeta — e pulsa também em nós.”
Sensibilizado	Conteúdo educativo, curiosidades e metáforas.	“Sabia que os recifes de coral protegem nossas praias e alimentam milhões de pessoas?”
Engajado	Histórias reais, dados e convites à ação.	“Junte-se à Coalizão e apoie quem protege os recifes de coral no Brasil.”
Articulador	Comunicação técnica e colaborativa.	“Vamos alinhar estratégias entre comunidades e pesquisa para ampliar a restauração costeira.”



Multiplicador

Voz empoderada,
inspiradora e
institucional.

“A Coalizão é nossa rede de impacto —
cada ação ecoa em defesa da vida marinha.”

Essas linguagens devem coexistir, formando uma narrativa progressiva que acolhe todos os públicos, sem perder consistência nem identidade.

5.4. Estratégias de Engajamento por Perfil

A comunicação da Coalizão é desenhada para **conectar atores e gerar compromissos duradouros**.

Cada grupo demanda estratégias próprias de aproximação e diálogo.

Comunidades e povos tradicionais

- Utilizar linguagens orais, visuais e afetivas.
- Valorizar a memória, o saber ancestral e o papel de guardiões do mar.
- Promover escuta ativa e coautoria em conteúdos.

ONGs e organizações da sociedade civil

- Estimular cooperação e compartilhamento de resultados.
- Promover campanhas conjuntas e conteúdos colaborativos.
- Garantir transparência e visibilidade equitativa nas ações.

Academia e pesquisadores



- Disponibilizar dados confiáveis e linguagem científica clara.
- Incentivar publicações conjuntas, workshops e painéis.
- Valorizar o papel da ciência aplicada e das soluções baseadas na natureza.

Empresas e investidores

- Focar em impacto, indicadores e retorno socioambiental.
- Destacar histórias de transformação e benefícios tangíveis.
- Usar tom institucional, mas inspirador, evitando o viés mercadológico.

Jovens e educadores

- Utilizar narrativas audiovisuais, gamificação e redes sociais.
- Conectar o tema dos corais à cultura oceânica e ao futuro do planeta.
- Enfatizar protagonismo e responsabilidade compartilhada.

Mídia e formadores de opinião

- Oferecer pautas com dados e histórias humanas.
- Preparar porta-vozes e mensagens-chave claras.
- Valorizar a precisão, o contexto e a relevância socioambiental.

Público geral

- Apostar em conteúdos acessíveis, emocionais e simbólicos.
- Criar experiências sensoriais e educativas (imagens, vídeos, exposições).



- Estimular o sentimento de pertencimento: “O oceano também é nosso lar.”

A comunicação da Coalizão é um **movimento contínuo de aproximação e escuta**.

Cada interação é uma oportunidade de transformar percepção em consciência, e consciência em ação.

Nosso maior objetivo é **formar multiplicadores do cuidado** — pessoas e organizações que passam a falar e agir pelo oceano como parte de si.



6. Identidade Visual e Aplicações

A **identidade visual da Coalizão Corais do Brasil** já está consolidada e detalhada em seu documento oficial: o **BrandBook da Coalizão**.

Nele estão reunidas todas as diretrizes gráficas, simbólicas e conceituais que traduzem visualmente a essência da nossa rede — cores, tipografia, proporções da marca, elementos do *Cordel de Corais*, padrões de co-branding e aplicações práticas em diferentes formatos.

O BrandBook é o **guia-matriz da expressão visual** da Coalizão.

Enquanto este *Guia de Comunicação* orienta *como falamos*, o BrandBook orienta *como nos apresentamos ao mundo*.

Ambos são complementares e refletem o mesmo princípio: comunicar com coerência, beleza e propósito.

Para acessar o documento completo, visite:

👉 coalizaocoraisdobrasil.com.br/brandbook

Lá você encontrará:

- As versões oficiais da logomarca;
- Paleta cromática institucional e significados;
- Tipografia e aplicações visuais;
- Elementos do *Cordel de Corais* e suas variações;

O uso do BrandBook é obrigatório para todas as ações de comunicação e materiais produzidos em nome da Coalizão — garantindo consistência estética, unidade institucional e reconhecimento da marca em todo o território nacional e internacional.



7. Diretrizes de Comunicação Institucional

A comunicação institucional da **Coalizão Corais do Brasil** é o alicerce que garante coerência, credibilidade e reconhecimento.

Cada material — uma apresentação, um relatório, uma carta, um e-mail — é uma extensão do propósito coletivo da Coalizão e deve refletir seus valores de transparência, cuidado e colaboração.

Mais do que um padrão estético, essas diretrizes expressam uma postura ética e simbólica: **a forma como comunicamos é parte do que comunicamos.**

7.1. Padrões para Apresentações e Relatórios

Apresentações institucionais (PowerPoint / Google Slides):

- Use fundo branco, off-white ou em tons suaves da paleta da Coalizão.
- Evite excesso de texto. Dê preferência a frases curtas, títulos fortes e gráficos claros.
- Sempre incluir a logomarca na capa e no rodapé (preferencialmente canto inferior direito).
- Utilize ícones e elementos do *Cordel de Corais* de forma sutil para reforçar identidade sem poluir o visual.
- Fotografias devem expressar vida, diversidade e ação coletiva, evitando imagens genéricas de banco.



- A última lâmina deve conter as logos de parceiros e contatos institucionais.

Relatórios e documentos técnicos:

- Estrutura modular: capa, sumário, introdução, desenvolvimento, conclusões e anexos.
- Tipografia padrão: *Signika* para títulos e *Nunito Sans* para corpo de texto.
- Cores: preferencialmente tons neutros com destaques em Coral Vivo (#FD6E5D) e Azul Profundo (#213569).
- Gráficos e infográficos devem ter estética limpa, com ênfase em dados visuais e legendas explicativas.
- Sempre incluir data, versão e identificação da instância responsável (Secretaria Executiva, GT, ou Conselho).

Essas apresentações e relatórios devem comunicar **clareza, seriedade e colaboração**, refletindo o compromisso científico e humano da Coalizão.

7.2. Assinaturas de E-mail Institucionais

As assinaturas eletrônicas padronizadas garantem uniformidade e profissionalismo na comunicação digital.

Elas devem reforçar a identidade visual e transmitir os valores de confiança e transparência.

Modelo padrão:



None

[Nome Completo]

[Função ou cargo]

Coalizão Corais do Brasil

 www.coalisãocoraisdobrasil.com.br

 nome@coalisãocoraisdobrasil.com.br

 +55 (00) 00000-0000

“Pela vida que pulsa sob o mar.”

Diretrizes:

- Utilizar tipografia *Nunito Sans*, tamanho 11, cor #213569.
- O slogan institucional é opcional, podendo ser substituído por outra assinatura aprovada.
- É permitido incluir a logomarca reduzida (máximo 120px de largura).
- Evitar assinaturas personalizadas, frases de cunho religioso, político ou humorístico.

A assinatura é um microterritório de identidade — simples, ética e coerente.



7.3. Modelos de Documentos Oficiais

A Coalizão adota modelos padronizados para garantir clareza e representatividade em toda a sua comunicação formal.

Os templates devem estar disponíveis na **base oficial da Coalizão (Drive institucional)** e atualizados periodicamente.

Modelos oficiais:

- **Ofícios e cartas institucionais:**
Cabeçalho com logomarca, data, local e numeração de documento. Linguagem formal, objetiva e respeitosa.
Encerramento com assinatura do(a) representante autorizado(a) e rodapé padrão com slogan institucional.
- **Releases e notas oficiais:**
Texto em formato jornalístico, com lead inicial (o que, quem, quando, onde e por quê) e citação de porta-voz.
Acompanhar uma breve contextualização sobre a Coalizão e contatos de imprensa.
- **Declarações e cartas de apoio:**
Tom inspirador, reforçando a cooperação, a legitimidade e a importância coletiva da ação.

Esses documentos devem comunicar **seriedade, ética e compromisso com o diálogo**.

7.4. Templates e Papéis de Uso Comum

A Coalizão mantém templates padronizados para uso cotidiano das equipes e parceiros:



Material	Formato sugerido	Diretrizes principais
PowerPoint / Google Slides	16:9 (1920x1080)	Layout limpo, título centralizado, logomarca no rodapé direito.
Word / Google Docs	A4	Cabeçalho com logo, rodapé com site e contatos.
PDFs e Fichas Técnicas	A4 vertical	Design modular com ícones e divisórias do Cordel de Corais.
Planilhas e relatórios simplificados	Google Sheets / Excel	Paleta restrita (azul, coral e cinza), tipografia <i>Nunito Sans</i> .

Esses materiais garantem consistência visual e operacionalidade entre parceiros, mesmo em produções descentralizadas.

7.5. Guia de Fotos e Imagens

A imagem é um dos instrumentos mais poderosos da comunicação da Coalizão — é através dela que transmitimos emoção, território e pertencimento.

Estilo Fotográfico



- **Natural e territorial:** imagens reais dos ambientes recifais, das pessoas e das ações de campo.
- **Humano e sensível:** valorizar rostos, expressões e gestos de colaboração.
- **Composição limpa:** priorizar luz natural, enquadramentos horizontais e planos abertos.
- **Tons quentes e azuis suaves:** reforçam a paleta institucional e a sensação de harmonia oceânica.

Banco de Imagens e Créditos

- Dar prioridade a registros autorais da rede e de parceiros da Coalizão.
- Quando utilizar imagens externas, incluir crédito completo (autor, instituição, licença e data).
- Manter um **banco de imagens compartilhado** e organizado por temas (recifes, comunidades, eventos, ciência, território).

Direitos Autorais e Consentimentos

- Toda fotografia que envolva pessoas deve possuir autorização de uso de imagem, especialmente em retratos e vídeos.
- É responsabilidade da Secretaria Executiva garantir os registros de consentimento.
- Fotografias de comunidades tradicionais devem ser tratadas com respeito, representando-as com dignidade e autenticidade, sem estereótipos ou exotização.

A imagem deve ser **testemunho, não vitrine**: comunicar beleza com ética e verdade.



8. Comunicação Digital e de Campanha

A presença digital da **Coalizão Corais do Brasil** é uma extensão viva da sua rede. É por meio dela que o movimento se conecta com o público, inspira engajamento, compartilha conhecimento e dá visibilidade às ações realizadas em todo o território costeiro. No ambiente online, a Coalizão expressa a mesma essência que a move nas águas: **clareza, colaboração e propósito**.

8.1. Diretrizes para o Site e Landing Page

O site da Coalizão é a **base institucional e educativa** da presença digital. Deve ser o espaço de referência para informações oficiais, conteúdos técnicos, histórias inspiradoras e materiais de apoio.

Funções principais:

- Apresentar a missão, a visão e as ações estratégicas da Coalizão;
- Facilitar o acesso a documentos, relatórios, campanhas e oportunidades de participação;
- Servir como vitrine de boas práticas e resultados da rede;
- Reforçar a imagem de credibilidade e transparência.

Diretrizes de design e conteúdo:

- Interface limpa, intuitiva e responsiva (adaptável a todos os dispositivos).



- Uso predominante das cores **Azul Profundo** e **Branco Espuma**, com toques de **Coral Vivo** para destaques.
- Tipografia padrão da Coalizão (*Signika* e *Nunito Sans*).
- Linguagem clara, acessível e inspiradora.
- Textos curtos, com subtítulos e chamadas para ação (“Conheça”, “Participe”, “Apoie”).
- Seções recomendadas: *Quem Somos*, *Nossas Ações*, *Rede de Impacto*, *Notícias*, *Recifes do Brasil*, *Materiais e Downloads*, *Contato*.

O site deve expressar o conceito de “**rede viva**” — um espaço que respira, se atualiza e conecta pessoas e instituições.

8.2. Estratégia para Redes Sociais

As redes sociais são o **canal mais dinâmico** de diálogo e mobilização da Coalizão.

Nelas, o propósito se traduz em movimento: histórias reais, conhecimento acessível e engajamento positivo.

Cada canal deve ter uma função específica e um tom próprio, sempre alinhado ao eixo principal da marca: **comunicar com ciência, emoção e responsabilidade**.

Tom por canal

Canal	Função e características	Tom de voz recomendado
-------	--------------------------	------------------------



Instagram	Sensibilizar e inspirar. Mostrar o território, as pessoas e as ações.	Poético, visual e emocional. Frases curtas e imagens de impacto.
LinkedIn	Divulgar resultados, parcerias e posicionamentos institucionais.	Técnico, confiante e colaborativo. Foco em credibilidade e dados.
YouTube	Explorar narrativas audiovisuais e séries educativas.	Narrativo, humano e informativo. Linguagem acessível e ritmo leve.
Facebook	Engajar comunidades e promover campanhas participativas.	Acolhedor e explicativo. Tom comunitário e inclusivo.
X (Twitter)	Compartilhar notícias rápidas, dados e eventos.	Claro, direto e informativo. Foco em autoridade científica.
TikTok (uso futuro)	Atingir públicos jovens e gerar cultura oceânica.	Criativo, educativo e leve. Priorizar o humor responsável e o encantamento visual.

Hashtags oficiais e por categoria

Hashtags institucionais:

#CoalizãoCoraisDoBrasil #PelaVidaQuePulsaSobOMar #RedePelosCorais
#CulturaOceânica



Hashtags temáticas:

#CiênciaComPropósito #CuidadoComoEstratégia #JustiçaSocioambiental #CoraisDoBrasil
#RestauraçãoMarinha #RecifesVivos #OceanoEmRede

As hashtags funcionam como *fio condutor narrativo* — conectam mensagens dispersas e fortalecem a identidade da Coalizão nas redes.

Emojis, ícones e vocabulário visual

O uso de emojis deve ser simbólico e discreto, reforçando o aspecto emocional sem comprometer a credibilidade.

Preferir ícones simples relacionados ao mar, à vida e à natureza, quando aplicáveis.
Evitar excesso, ironia ou informalidade exagerada.

Tipos de conteúdo

A comunicação digital deve equilibrar diferentes formatos de conteúdo:

Tipo	Função	Exemplo de formato
Educacional	Explicar conceitos, dados e boas práticas.	Infográficos, séries “Você Sabia?”, minivídeos científicos.
Inspirador	Mobilizar pela beleza e pertencimento.	Fotos de campo, depoimentos, frases poéticas.
Técnico	Reforçar a credibilidade e resultados concretos.	Relatórios, artigos e destaques de parcerias científicas.



Engajador

Estimular participação e rede.

Chamadas para eventos, campanhas, desafios e voluntariado.

O equilíbrio entre emoção e informação é o que diferencia a comunicação da Coalizão.

8.3. Diretrizes para Newsletters e E-mails

As newsletters da Coalizão devem manter o mesmo tom da sua voz institucional — **clareza, cuidado e colaboração**.

Estrutura recomendada:

1. **Cabeçalho visual** com logomarca e slogan.
2. **Mensagem introdutória breve** e pessoal, conectando o tema à missão da Coalizão.
3. **Notícias e destaques** em blocos curtos e escaneáveis.
4. **Sessão de “Histórias da Rede”**, com foco em pessoas e territórios.
5. **Chamada para ação**: “Acompanhe”, “Compartilhe”, “Participe”, “Apoie”.
6. **Rodapé institucional** com links para site e redes sociais.

Frequência: mensal ou bimestral, conforme relevância das ações.

Linguagem: positiva, inspiradora e inclusiva. Evitar excesso de termos técnicos.

Assinatura: “Equipe de Comunicação – Coalizão Corais do Brasil”.

O objetivo é manter o público próximo, informado e engajado, reforçando o senso de pertencimento à rede.



8.4. Padrões para Vídeos, Podcasts e Storytelling Audiovisual

A comunicação audiovisual é um dos pilares emocionais da Coalizão — ela transforma ciência em narrativa e dados em sentimento.

Padrões gerais:

- Duração ideal: até 2 minutos (para redes sociais) e até 10 minutos (para vídeos institucionais).
- Linguagem: natural, inclusiva e com ritmo narrativo fluido.
- Trilha sonora: suave, com sons naturais do mar sempre que possível.
- Legendas obrigatórias e audiodescrição recomendada.
- Abertura e encerramento com logomarca, slogan e créditos institucionais.

Storytelling audiovisual:

- Inicie sempre com o *porquê* (o motivo da ação).
- Mostre o *quem* (as pessoas e comunidades envolvidas).
- Conecte com o *impacto* (o que mudou).
- Termine com o *convite à ação*.

Exemplo de narrativa audiovisual:



“Debaixo das ondas, uma rede de vida se regenera. Acima delas, uma rede de pessoas faz o mesmo. Esta é a Coalizão Corais do Brasil — pela vida que pulsa sob o mar.”

8.5. Diretrizes de Acessibilidade Digital

A Coalizão reconhece que **inclusão é parte da conservação** — e que comunicar de forma acessível é também um ato de justiça socioambiental.

Princípios de acessibilidade:

- Garantir contraste adequado entre texto e fundo.
- Oferecer versões em texto alternativo para todas as imagens (descrição breve e significativa).
- Incluir legendas e tradução em Libras em vídeos institucionais.
- Adotar linguagem simples e direta em conteúdos educativos.
- Assegurar compatibilidade com leitores de tela e navegabilidade intuitiva.

Toda pessoa deve conseguir acessar, compreender e se conectar com o conteúdo da Coalizão — independentemente de suas condições físicas, cognitivas ou sociais.



9. Comunicação com a Rede e Governança

A comunicação é o elo vital que sustenta a governança da **Coalizão Corais do Brasil**. Em uma rede multissetorial e horizontal, comunicar é também **governar**: é garantir que todos os atores compreendam, participem e contribuam de forma alinhada com os valores e objetivos comuns.

A clareza na troca de informações é o que transforma colaboração em corresponsabilidade. Por isso, este capítulo estabelece diretrizes e fluxos que asseguram uma comunicação ética, transparente e eficaz entre o Conselho Estratégico-Deliberativo, a Secretaria Executiva, os Grupos de Trabalho (GTs) e a Rede de Impacto.

9.1. Princípios de Comunicação Interna e Externa

A comunicação da Coalizão, seja interna ou externa, é orientada pelos mesmos valores que sustentam sua atuação institucional: **clareza, transparência, respeito e corresponsabilidade**.

Comunicação interna

Tem como objetivo fortalecer a integração entre os atores da rede, assegurar que decisões e informações sejam compartilhadas com precisão e estimular a construção coletiva das soluções.

É regida por princípios de horizontalidade, escuta ativa e confiabilidade.

Comunicação externa

Tem caráter público e representa a Coalizão perante parceiros, mídia, governos e sociedade civil.

Seu propósito é dar visibilidade às ações, ampliar o engajamento e fortalecer a legitimidade da Coalizão no cenário nacional e internacional.



Toda comunicação externa deve ser previamente validada pelas instâncias competentes, conforme o tipo de conteúdo e o grau de representatividade.

9.2. Fluxo de Informações entre GTs, Secretariado e Conselhos

A comunicação entre as instâncias da Coalizão deve seguir um fluxo estruturado e transparente, que garanta agilidade e coerência.

Fluxo básico:

1. Grupos de Trabalho (GTs)

- Produzem conteúdos técnicos, relatórios e resultados parciais.
- Encaminham informações à **Secretaria Executiva** para validação e integração com outras áreas.

2. Secretaria Executiva

- Centraliza e organiza os materiais recebidos.
- Elabora sínteses institucionais, relatórios consolidados e comunicados oficiais.
- Encaminha documentos ao **Conselho Estratégico-Deliberativo** para aprovação quando envolver decisões estratégicas ou divulgação pública.

3. Conselho Estratégico-Deliberativo



- Valida e autoriza a divulgação de informações estratégicas, posicionamentos oficiais e lançamentos de campanhas.
- Garante que a comunicação institucional esteja alinhada à missão e aos princípios da Coalizão.

4. Rede de Impacto

- Recebe comunicados oficiais e materiais validados.
- Pode disseminar conteúdos, replicar campanhas e contribuir com narrativas locais, sempre mantendo o alinhamento com as diretrizes gerais.

Este fluxo assegura **sinergia entre técnica, estratégia e expressão pública**, evitando ruídos e sobreposição de mensagens.

9.3. Padrões de Tomada de Decisão e Validação de Conteúdo

A comunicação institucional da Coalizão segue um modelo colaborativo, mas com **níveis de responsabilidade definidos**.

Tipo de Comunicação	Responsável pela validação final	Observações
Comunicados internos e informes técnicos	Secretaria Executiva	Devem priorizar clareza, registro e arquivamento em base comum.



Relatórios e sínteses de GTs	Secretaria Executiva e coordenação do GT	Requer revisão técnica e adequação à linguagem institucional.
Notas públicas, campanhas e posicionamentos oficiais	Conselho Estratégico-Deliberativo	Exigem consenso e revisão ética antes da publicação.
Materiais co-branded (com parceiros)	Secretaria Executiva + Conselho (em casos sensíveis)	Devem respeitar regras de identidade visual e integridade da marca.

A validação prévia é uma salvaguarda coletiva: **garante consistência e protege a reputação da Coalizão e de seus membros.**

9.4. Política de Uso da Marca por Parceiros e Membros

A marca da Coalizão Corais do Brasil é um patrimônio coletivo. Seu uso deve sempre respeitar as normas de integridade, hierarquia e propósito — evitando qualquer associação indevida ou utilização para fins comerciais, partidários ou contrários aos princípios da rede.

Regras básicas:

- A marca pode ser usada por parceiros reconhecidos oficialmente pela Coalizão (membros da Rede de Impacto, idealizadores, apoiadores e executores).



- É obrigatória a validação prévia da **Secretaria Executiva** antes de qualquer publicação ou evento que utilize a marca.
- A marca não pode ser usada isoladamente em ações que não tenham relação direta com a Coalizão.
- Em campanhas conjuntas, a logomarca da Coalizão deve ser acompanhada das logos dos parceiros, conforme as regras de co-branding descritas no Capítulo 6.
- É vedado o uso da marca para promoção de produtos, causas pessoais, campanhas político-partidárias ou ações de marketing não vinculadas à conservação marinha.

O uso responsável da marca reforça o valor simbólico da Coalizão: **uma rede que fala em nome de um bem comum.**

9.5. Protocolo de Lançamentos, Campanhas e Eventos Oficiais

Toda ação pública da Coalizão deve ser planejada e comunicada de forma articulada entre as instâncias.

Isso garante **coerência narrativa, legitimidade institucional e impacto coletivo.**

Etapas recomendadas:

1. **Proposição:** O GT ou parceiro proponente apresenta à Secretaria Executiva uma proposta de lançamento, campanha ou evento.
2. **Avaliação:** A Secretaria Executiva analisa viabilidade, aderência aos objetivos estratégicos e cronograma.



3. **Validação:** O Conselho Estratégico-Deliberativo aprova o posicionamento e autoriza a comunicação oficial.
4. **Execução:** A Secretaria coordena o plano de comunicação, assegurando consistência visual e textual.
5. **Disseminação:** A Rede de Impacto amplia o alcance da ação em seus territórios e canais.
6. **Registro:** Todos os materiais produzidos devem ser armazenados na base digital da Coalizão.

Esse protocolo assegura que **cada campanha seja expressão do todo**, e não de uma parte isolada da rede.

9.6. Política de Transparência e Prestação de Contas

A Coalizão é guiada por uma cultura de **transparência ativa** — comunicar é também prestar contas.

A confiança pública nasce da clareza sobre decisões, recursos e resultados.

Diretrizes:

- Todos os relatórios, planos e balanços devem ser disponibilizados em ambiente digital acessível (site ou repositório institucional).
- Resultados de projetos e dados científicos devem ser divulgados com fontes e créditos completos.
- As comunicações financeiras (aportes, doações, parcerias) devem ser acompanhadas de relatórios de impacto e indicadores.



- A linguagem da prestação de contas deve ser simples, didática e visual, aproximando o público do processo de governança.

A transparência é o que garante a legitimidade da Coalizão perante seus parceiros, financiadores e a sociedade.

É o **coração ético da governança**, transformando informação em confiança e confiança em continuidade.

10. Engajamento, Relações Públicas e Crises

A **Coalizão Corais do Brasil** é uma voz coletiva — e cada aparição pública, cada entrevista ou comunicado deve expressar essa pluralidade com coerência, serenidade e propósito. Engajar é muito mais do que conquistar atenção: é construir pontes de confiança e inspirar colaboração.

Por isso, a comunicação pública da Coalizão deve refletir sua identidade ética, científica e humana, transformando informação em conexão e conexão em ação.

10.1. Comunicação com Imprensa e Mídia

A relação com a imprensa é um dos principais canais de ampliação de alcance e credibilidade institucional.

A comunicação com jornalistas e veículos deve seguir os princípios da **transparência, exatidão e consistência**.

Diretrizes gerais:

- Toda interação com a mídia deve passar pela **Secretaria Executiva**, que centraliza demandas e define porta-vozes conforme o tema.
- Os dados compartilhados devem ser previamente checados e aprovados, garantindo precisão científica e institucional.
- Evite declarações em nome da Coalizão sem autorização expressa.
- Priorize narrativas construtivas, que apresentem soluções, avanços e resultados concretos.



- Evite o sensacionalismo e a linguagem alarmista.
- Sempre que possível, ofereça à imprensa fontes complementares da rede — cientistas, comunidades, parceiros locais — valorizando a diversidade de vozes.

Modelo de resposta institucional a solicitações de imprensa:

“A Coalizão Corais do Brasil é uma iniciativa colaborativa que integra ciência, sociedade civil e comunidades locais pela conservação dos recifes de coral. Nossa atuação é coletiva, e cada posicionamento institucional é construído em diálogo entre as instâncias da governança. Agradecemos o interesse e colocamos nossa equipe à disposição para fornecer informações técnicas e dados verificados.”

10.2. Porta-Vozes e Treinamento de Fala Pública

Os porta-vozes da Coalizão representam não apenas uma organização, mas uma rede inteira de parceiros e valores.

Seu papel é **traduzir a complexidade em clareza, sem perder a profundidade**.

Critérios para seleção de porta-vozes:

- Representar legitimamente uma das instâncias da governança (Conselho, Secretaria Executiva ou GTs).
- Ter domínio sobre o tema e habilidade de comunicação pública.
- Manter postura ética, técnica e colaborativa.

Boas práticas de fala pública:



- Falar com **objetividade, empatia e propósito**.
- Evitar jargões e siglas sem explicação.
- Usar exemplos concretos e histórias reais para ilustrar dados.
- Reconhecer incertezas com transparência (“ainda estamos estudando”, “os dados indicam tendências”).
- Evitar comparações negativas ou críticas a parceiros e instituições externas.
- Enfatizar sempre o caráter coletivo das ações: “a Coalizão, em parceria com...”, e não “nós realizamos”.

Treinamentos recomendados:

- Media training periódico com foco em ética da fala pública, comunicação de risco e linguagem acessível.
- Oficinas de narrativa e storytelling para representantes da rede.
- Simulações de entrevistas e preparação para eventos de alto impacto (COPs, congressos, painéis internacionais).

A voz pública da Coalizão deve soar como **o eco de muitas vozes** — unidas pela responsabilidade e pela esperança.



10.3. Comunicação em Eventos (Nacionais e Internacionais)

Eventos são oportunidades de visibilidade, articulação e fortalecimento da agenda de conservação.

A participação da Coalizão, em qualquer contexto, deve reforçar sua identidade como **plataforma de rede e colaboração científica e comunitária**.

Diretrizes de presença institucional:

- Utilizar sempre a identidade visual oficial (logo, paleta e tipografia).
- Apresentar a Coalizão como iniciativa da sociedade civil brasileira, multissetorial e alinhada à agenda global *The Coral Breakthrough*.
- Priorizar mensagens baseadas em evidências, mas conectadas à emoção e ao senso de pertencimento.
- Nos painéis, mencionar o papel das comunidades costeiras, a integração de saberes e os resultados alcançados pela rede.
- Preparar falas bilíngues (português/inglês) para contextos internacionais.
- Garantir representação diversa — gênero, raça, território e área de atuação.

Exemplo de narrativa de abertura institucional:

“A Coalizão Corais do Brasil representa a união de diferentes setores da sociedade em torno de um propósito comum: proteger e restaurar os recifes de coral, que são o coração azul da nossa costa. Atuamos pela integração entre ciência, comunidades e políticas públicas — e acreditamos que o futuro do oceano se constrói em rede.”



10.4. Protocolo de Resposta em Situações de Crise ou Conflito

Toda rede viva está sujeita a desafios e imprevistos.

A comunicação em contextos de crise deve ser **ágil, coordenada e transparente**, preservando a credibilidade da Coalizão e o bem-estar dos parceiros.

Etapas do protocolo:

1. Identificação e avaliação

- Qualificar a gravidade e o alcance da situação (local, setorial, público).
- Notificar imediatamente a Secretaria Executiva.

2. Formação do Comitê de Crise

- Composto pela Secretaria Executiva, pelo Conselho Estratégico-Deliberativo e, se necessário, pela organização envolvida.
- Responsável por definir mensagens e estratégias de comunicação.

3. Posicionamento oficial

- Deve ser único, breve e validado pelo Conselho antes da divulgação.
- Evitar especulações, acusações ou juízo de valor.
- Priorizar fatos verificados e compromissos de ação.

4. Canais e timing

- Comunicado oficial publicado no site e redes sociais institucionais.



- Caso necessário, nota à imprensa e respostas individuais a parceiros estratégicos.

5. Aprendizado e registro

- Após o episódio, realizar relatório avaliativo e plano de prevenção.
- Incorporar aprendizados às boas práticas da Coalizão.

Princípios de conduta durante crises:

- Falar com serenidade, não com urgência emocional.
- Reforçar compromisso com a verdade e o cuidado.
- Centralizar informações em um único canal oficial.
- Proteger a reputação dos envolvidos, evitando exposição desnecessária.

A gestão ética da comunicação é uma forma de resiliência — a capacidade de manter-se íntegro mesmo sob pressão.

10.5. Posicionamentos Éticos e Alinhamento com os Valores da Marca

Toda manifestação pública da Coalizão — seja um post, uma fala ou um projeto — deve refletir seus valores fundadores.

A coerência entre discurso e prática é o que legitima a Coalizão como referência em conservação marinha e governança em rede.

Posicionamentos essenciais:



- **Ciência com propósito:** toda opinião ou narrativa deve estar ancorada em dados, evidências e boas práticas.
- **Cuidado e empatia:** nenhuma comunicação deve gerar exclusão, julgamento ou desinformação.
- **Diversidade e representatividade:** valorizar a multiplicidade de atores e saberes.
- **Neutralidade partidária:** a Coalizão é apartidária, ainda que politicamente engajada com a sustentabilidade e a justiça socioambiental.
- **Integridade e responsabilidade:** assumir erros, corrigir informações e prestar contas são atitudes que fortalecem a confiança pública.

Frase-síntese de conduta pública:

“Toda palavra em nome da Coalizão deve ser tão cuidadosa quanto um mergulho: consciente, profunda e em harmonia com o ambiente que a cerca.”



11. Apêndices e Recursos

A comunicação da **Coalizão Corais do Brasil** é viva e evolutiva — como os recifes que a inspiram.

Por isso, o guia se encerra com um conjunto de recursos que permitem **manter a coerência e atualizar a prática**, fortalecendo a identidade coletiva e a eficiência dos processos.

Aqui estão os elementos que dão sustentação ao cotidiano da comunicação da Coalizão: vocabulário, modelos, templates, canais e bases compartilhadas.

11.1. Glossário de Termos-Chave

O glossário reúne expressões e conceitos de uso recorrente nas comunicações da Coalizão. Ele garante uniformidade na linguagem e facilita a compreensão, especialmente em materiais de divulgação, campanhas e relatórios.

Termo	Definição de uso institucional
Coalizão Corais do Brasil	Rede colaborativa multissetorial dedicada à conservação e restauração dos recifes de coral no país.
Rede de Impacto	Conjunto de parceiros, instituições e pessoas que participam ativamente das ações da Coalizão.
GT (Grupo de Trabalho)	Estrutura temática ou operacional responsável por desenvolver e implementar ações específicas da Coalizão.



Governança em Rede	Modelo de gestão colaborativa que equilibra autonomia, corresponsabilidade e inteligência distribuída.
The Coral Breakthrough	Iniciativa global da ONU que inspira e orienta a atuação da Coalizão Corais do Brasil.
Cultura Oceânica	Movimento global de valorização do oceano como parte essencial da vida humana, da economia e da identidade planetária.
Ciência com Propósito	Conceito que orienta a produção e aplicação do conhecimento científico de forma ética, útil e conectada à sociedade.
Justiça Socioambiental	Princípio que reconhece e valoriza os direitos das comunidades tradicionais e sua relação com os ecossistemas.
Cuidado como Estratégia	Eixo conceitual da Coalizão que une empatia, ética e eficiência como base de transformação social e ecológica.
Cordel de Corais	Estilo visual e narrativo que une estética popular e identidade marinha, traduzindo a diversidade e a brasilidade da Coalizão.



11.2. Lista de Expressões Aprovadas e Proibidas

Para preservar a coerência da linguagem institucional, seguem exemplos de expressões recomendadas e outras a serem evitadas.

Aprovadas (recomendadas):

- “Rede viva de conservação marinha.”
- “Ciência e cuidado em ação conjunta.”
- “Pela vida que pulsa sob o mar.”
- “Colaboração autêntica pela regeneração dos recifes.”
- “O oceano nos conecta.”
- “Construindo futuros sustentáveis em rede.”

Evitar (proibidas):

- “Salvar os corais.” (imprecisa e alarmista)
- “Campanha da Coalizão.” (usar “ação coletiva” ou “mobilização conjunta”)
- “Luta ambiental.” (preferir “ação colaborativa” ou “defesa dos ecossistemas”)
- “Projeto da Coalizão.” (usar “iniciativa articulada pela Coalizão”)
- “Tragédia dos recifes.” (evitar tom fatalista; adotar narrativas propositivas)

O vocabulário deve sempre **mobilizar pela esperança e pela corresponsabilidade**, nunca pelo medo ou pela culpa.



11.3. Canais e Contatos de Referência da Equipe de Comunicação

A Coalizão mantém uma estrutura de comunicação descentralizada, coordenada pela **Secretaria Executiva** e articulada com os **Grupos de Trabalho** e o **Conselho Estratégico-Deliberativo**.

Contatos oficiais:

- **E-mail geral:** comunicacao@coalisaocoraisdobrasil.com.br
- **Secretaria Executiva:** secretaria@coalisaocoraisdobrasil.com.br
- **Imprensa e relações públicas:** imprensa@coalisaocoraisdobrasil.com.br
- **Envio de materiais e imagens:** midia@coalisaocoraisdobrasil.com.br

Canais digitais oficiais:

- **Site:** www.coalisaocoraisdobrasil.com.br
- **Instagram:** @coalisaocoraisdobrasil
- **LinkedIn:** Coalizão Corais do Brasil
- **YouTube:** Canal oficial da Coalizão Corais do Brasil

Esses canais são os únicos autorizados a emitir comunicados públicos, notas oficiais e materiais institucionais.



11.4. Versões Editáveis e Repositórios Oficiais

Para garantir a integridade e o acesso à informação, todos os documentos e arquivos visuais da Coalizão são armazenados em repositórios digitais oficiais.

Esses ambientes são de uso compartilhado e seguem critérios de controle de versão e autorização de acesso.

Repositórios institucionais:

- **Google Drive oficial da Coalizão:**
Reúne templates, relatórios, imagens, vídeos e materiais de comunicação.
Estrutura de pastas:
 1. Comunicação Institucional
 2. Identidade Visual e Aplicações
 3. Campanhas e Materiais de Divulgação
 4. Relatórios e Notas Públicas
 5. Banco de Imagens e Audiovisuais
- **Base da Rede de Impacto:**
Espaço colaborativo de compartilhamento de informações e conteúdos entre os membros da rede.

Boas práticas de uso:

- Nomear os arquivos com data e versão (ex.: *Guia_Comunicacao_Coalizao_v3_2025*).
- Não duplicar pastas.



- Solicitar autorização para modificações estruturais.
- Atualizar links compartilhados em documentos e apresentações.

A preservação da memória institucional é um ato de cuidado com a própria rede.

Mensagem Final

A comunicação da **Coalizão Corais do Brasil** é, antes de tudo, um compromisso ético com o futuro.

Cada palavra, imagem e gesto de quem faz parte desta rede contribui para um mesmo propósito: **fortalecer a vida que pulsa sob o mar e dentro de nós.**

Este guia é uma bússola — um instrumento vivo que orienta, integra e inspira.

E, como todo organismo que vive em rede, ele continuará crescendo, adaptando-se e se regenerando com o tempo, assim como os corais que o inspiram.



GUIA DE COMUNICAÇÃO

Versão 1.0 – Novembro de 2025

“Assim como os recifes, este guia é feito de muitas mãos, ideias e vozes. Cada palavra aqui escrita nasce do encontro entre ciência e sensibilidade, e carrega o compromisso de cuidar da vida que pulsa sob o mar. Que esta comunicação continue se expandindo como um coral — crescendo, conectando e regenerando.”

Baixe aqui o BrandBook:



Produzido pela Secretaria Executiva da Coalizão Corais do Brasil
Com apoio técnico e editorial dos
Grupos de Trabalho de Comunicação e Governança.



**COALIZÃO
CORAIIS
DO BRASIL**

“Pela vida que pulsa sob o mar.”