ASSESSORIA DE IMPRENSA

FDS Newsletter

FIM DE SEMANA

1.ª EDIÇÃO | FEVEREIRO 2026

Comunicar
é construir reputação

EDITORIAL

O início de um novo ano traz sempre desafios renovados para marcas, empresas e instituições. É também um momento propício à reflexão, ao alinhamento estratégico e à definição de prioridades.

É neste contexto que nasce a **FDS Newsletter**, um espaço de partilha e reflexão dedicado à comunicação estratégica, à gestão da reputação e ao papel crescente da comunicação no sucesso e na sustentabilidade das organizações.

Pretendemos, com esta publicação, acompanhar decisores, líderes e equipas na leitura de um ambiente cada vez mais exigente e escrutinado.

Sabemos que, nos últimos anos, comunicar deixou, definitivamente, de ser apenas uma função operacional para assumir um lugar central na gestão das organizações. Num contexto marcado pela velocidade da informação, pela amplificação digital e por uma exigência crescente de transparência, a comunicação estratégica tornou-se um activo crítico.

Na **FDS – Fim de Semana**, Assessoria de Imprensa, acreditamos que comunicar bem é antecipar riscos, alinhar mensagens, fortalecer relações e construir confiança de forma consistente.

É a partir desta convicção que esta newsletter se estrutura para partilhar conhecimento, provocar reflexão e apoiar quem comunica a fazê-lo com mais clareza, propósito e impacto.

Desejamos-lhe uma excelente leitura e esperamos que este seja o início de uma conversa regular e relevante.

Sócio-Fundador

ARTIGO DE FUNDO

Tendências de comunicação institucional e relações públicas para 2026

O ano de 2026 deverá consolidar mudanças profundas, na forma como as organizações se relacionam com os seus públicos.

A comunicação institucional evolui para modelos mais humanos, mais estratégicos e orientados para resultados concretos.

Entre as principais tendências, destaca-se a centralidade da reputação como activo estratégico.

As organizações são hoje avaliadas não apenas pelo que fazem, mas pela forma como comunicam, reagem e se posicionam em momentos críticos.

Transparência, coerência e credibilidade tornaram-se indispensáveis, no mercado em que nos inserimos.

A humanização das marcas continua a ganhar relevância.

O público espera ver pessoas, valores e propósito por detrás das instituições.

Histórias reais, lideranças visíveis e mensagens empáticas reforçam a ligação emocional e a confiança.

Outro eixo fundamental é a comunicação de risco e a preparação para crises.

Em 2026, não bastará reagir. É essencial antecipar cenários, treinar porta-vozes e alinhar discursos.

A gestão de crise começa muito antes do problema surgir.

Por fim, o equilíbrio entre o digital e os media tradicionais mantém-se decisivo.

O digital amplia alcance e velocidade, mas os media tradicionais continuam a ser espaços de credibilidade e validação institucional.

A integração inteligente destes canais define o sucesso da comunicação.

DICA PRÁTICA

Cinco erros comuns na assessoria de imprensa e como os evitar:

1. Comunicar sem estratégia definida, o que resulta em mensagens dispersas e pouco eficazes.
2. Enviar informação sem relevância jornalística, ignorando critérios editoriais.
3. Reagir tarde a pedidos da imprensa ou a situações sensíveis.
4. Não preparar adequadamente porta-vozes antes de entrevistas ou declarações públicas.
5. Tratar a assessoria de imprensa apenas como divulgação e não como gestão de relacionamento.

Evitar estes erros permite transformar a assessoria de imprensa numa verdadeira ferramenta de reputação e influência.

DESTAQUE DO MÊS

Bastidores da FDS: como se constrói uma estratégia de comunicação eficaz

Na FDS, cada projecto começa com escuta activa e diagnóstico.

Compreender o contexto, os públicos, os riscos e os objectivos do cliente é o primeiro passo.

A partir destes elementos, definimos mensagens-chave, canais adequados, timing e responsabilidades.

O planeamento rigoroso, aliado à flexibilidade para responder à actualidade, permite-nos assegurar coerência, rapidez e impacto.

Comunicação eficaz não é improviso, é método, experiência e alinhamento constante.

COMUNICAÇÃO E REPUTAÇÃO

Porque comunicar bem é proteger reputação e gerar valor

A reputação constrói-se todos os dias, em cada mensagem, cada resposta e cada silêncio.

Uma comunicação bem estruturada protege as organizações em momentos de pressão, reforça a confiança dos stakeholders e cria valor a médio e longo prazos.

Instituições que comunicam com clareza, consistência e verdade posicionam-se melhor perante clientes, parceiros, reguladores e a sociedade em geral.

OLHAR PARA O MERCADO

O que o início de 2026 está a exigir das marcas e instituições em Moçambique?

O mercado moçambicano mostra-se cada vez mais atento à forma como as instituições se posicionam publicamente.

Há maior sensibilidade a temas como ética, impacto social, sustentabilidade e governação.

Neste contexto, comunicar deixou de ser apenas visibilidade.

Passou a ser responsabilidade.

As organizações que investem em comunicação estratégica destacam-se entre os concorrentes, não pelo ruído, mas pela credibilidade.

ÁREAS DE ACTUAÇÃO

Onde estamos a actuar?

A FDS continua a apoiar empresas e instituições em áreas como assessoria de imprensa, comunicação institucional, storytelling, media training, gestão de crise, e estratégias de reputação.

O nosso foco mantém-se claro: comunicar com propósito, proteger reputações e construir relações sólidas entre organizações e os seus públicos.

TERMO DO MÊS

Above the Line (ATL)

Designação aplicada às estratégias de comunicação institucional que recorrem a meios de grande difusão, como a televisão, a rádio, a imprensa e os painéis exteriores, com o objectivo de reforçar a notoriedade e a reputação da organização.

Embora tradicionalmente associados a campanhas de publicidade, os meios massivos podem ser utilizados em Relações Públicas para amplificar mensagens institucionais, divulgar causas, políticas corporativas ou projectos de responsabilidade social, sempre com enfoque na credibilidade e na coerência da imagem pública.

VAMOS TOMAR UM CAFÉ E CONVERSAR SOBRE A COMUNICAÇÃO DA SUA INSTITUIÇÃO EM 2026?

Se pretende reforçar a reputação da sua organização, alinhar mensagens, preparar porta-vozes ou estruturar uma estratégia de comunicação eficaz, estamos disponíveis para conversar.

Contacte-nos e descubra como podemos apoiar a sua instituição a comunicar melhor em 2026.

Para mais informações contacte-nos **aqui**

COMUNICADOS RECENTES

- Em resposta ao alerta vermelho: Tmcel disponibiliza comunicações gratuitas
  - **leia mais aqui**
- Ministro das Obras Públicas avalia situação hidrológica na Barragem de Massingir
  - **leia mais aqui**
- Standard Bank reforça cultura de integridade com masterclass sobre gestão de risco de fraude empresarial
  - **leia mais aqui**
- AdeM conclui obras de reforço da rede de água no bairro Inhagóia "B"
  - **leia mais aqui**
- Standard Bank distinguido como Melhor Private Bank em África
  - **leia mais aqui**