

GUIA PRÁTICO DE COMUNICAÇÃO ESCOLAR

UM GUIA PRÁTICO DE COMUNICAÇÃO
DESENVOLVIDO PELA **SALA DE SITUAÇÃO DE SAÚDE - UNB**
PARA COMUNICAÇÃO ESCOLAR.

Este e-book é um guia prático sobre como planejar e elaborar uma ação comunicativa para qualquer fim, de forma simples, clara e objetiva. A informação contida aqui serve de orientação para ações comunicativas em um amplo cenário, todavia, especialmente dedicado à instituições de ensino. Este e-book foi idealizado visando uma maneira de auxiliar as instituições de ensino na comunicação com a comunidade acadêmica, neste atual cenário pandêmico da COVID-19, direcionando a comunicação como uma ferramenta para contribuir à redução de danos que podem ser gerados por uma abertura das instituições sem o preparo adequado.



SALA DE
SITUAÇÃO
FS/UNB

Cenário atual da Saúde



sds.unb.br

No dia 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) emitiu uma nota de Emergência em Saúde de Importância Internacional (ESPII). O vírus foi primeiramente identificado em uma série de casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China, após uma semana foi confirmado pelas autoridades chinesas que se tratava de um vírus com capacidade de causar em seres humanos infecções respiratórias (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE, 2020). O novo coronavírus, SARS-CoV-2, é o mais recente vírus descrito na família *Coronaviridae*, causando a doença intitulada como COVID-19.

O que se tem registrado até o momento é que, apesar da baixa letalidade (2%), o SARS-COV-2 apresenta um potencial de dispersão considerável (Worldometers, 2020). Isso quer dizer que, apesar dos casos graves e de óbitos serem registrados com maior frequência em indivíduos com comorbidades, o número de casos pode aumentar consideravelmente em um curto espaço de tempo. Fator que pode levar ao colapso da estrutura de saúde montada na atualidade. O crescente número de casos novos, para uma demanda deficitária do sistema de saúde, pode causar importantes prejuízos (LANA et al., 2020).

Até o momento, 223 locais no mundo relataram casos de COVID-19 em seu território. O primeiro caso registrado de COVID-19 no Brasil ocorreu em São Paulo, em 26/02/2020. Desde então, a região com maior quantidade de casos é a Sudeste, seguida, respectivamente, pelo Nordeste, Sul, Norte e, por fim, Centro-Oeste (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).

4.777.522

***Nº de Casos
Acumulados***

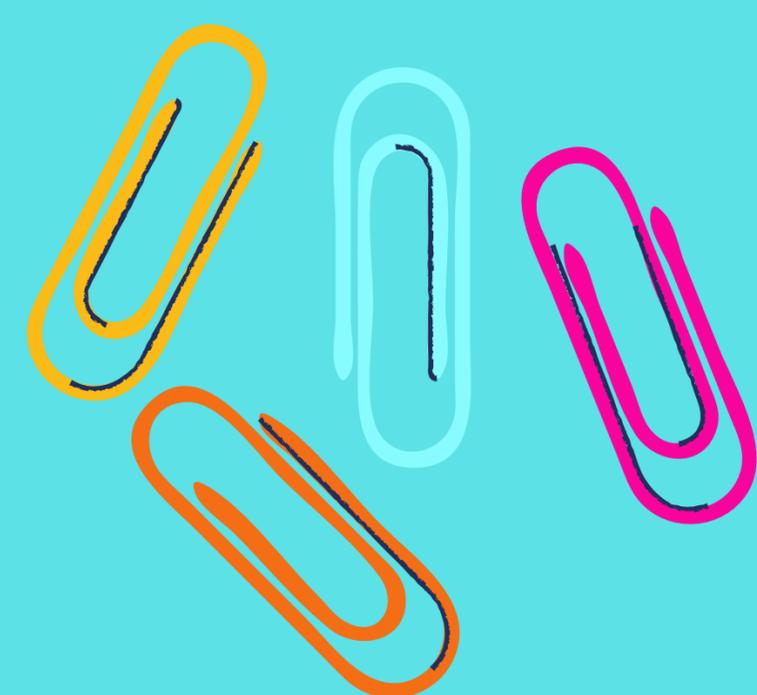
142.921

***Nº de Óbitos
Acumulados***

Cenário atual da Educação

Faz cerca de seis meses que as escolas foram fechadas em mais de 190 países, o que afetou 1,57 bilhão de crianças e jovens – 90% da população estudantil de todo o mundo. Tais fechamentos ocorreram em rápida sucessão, como uma medida para conter a disseminação do vírus da COVID-19. Com a mesma rapidez, os governos implementaram medidas para continuar o ensino por meio de outras plataformas, como televisão e rádio, no que consistiu o experimento de maior alcance na história da educação. Contudo, quando se trata de reabrir escolas, o ritmo é muito mais incerto. Segundo dados da UNESCO, 100 países ainda não anunciaram uma data para a reabertura das escolas, 65 têm planos de reabertura parcial ou total, enquanto 32 terminarão o ano acadêmico online. Para 890 milhões de estudantes, no entanto, o calendário escolar nunca esteve tão indefinido.

(UNESCO, 2020).



sds.unb.br

A decisão de retomada às atividades escolares presenciais deve ser feita pelas autoridades federais, estaduais, municipais, educacionais e sanitárias, todas em um mesmo acordo, dentro da realidade de cada região.

Os pré-requisitos para a reabertura das escolas devem ser considerados para que o retorno às atividades presenciais seja seguro e consciente para toda a comunidade escolar. Ademais, diante de um cenário propício para a reabertura, planos com ênfase na biossegurança e vigilância em saúde já deverão estar em andamento nas instituições de ensino. A biossegurança é necessária para a prevenção, controle, mitigação ou a eliminação de riscos intrínsecos, enquanto que a vigilância em saúde, pode incluir desde o mapeamento destes riscos até a possibilidade de rastreamento de contatos de casos positivos da COVID-19 na comunidade escolar (estudantes, professores, colaboradores e etc).



Elaboramos uma aula onde elencamos os pré-requisitos para a reabertura e as diretrizes a serem tomadas para prevenir e controlar a COVID-19 nas instituições de ensino, confira abaixo:



Aula sobre
retorno às aulas
presenciais
durante a
pandemia de
COVID-19

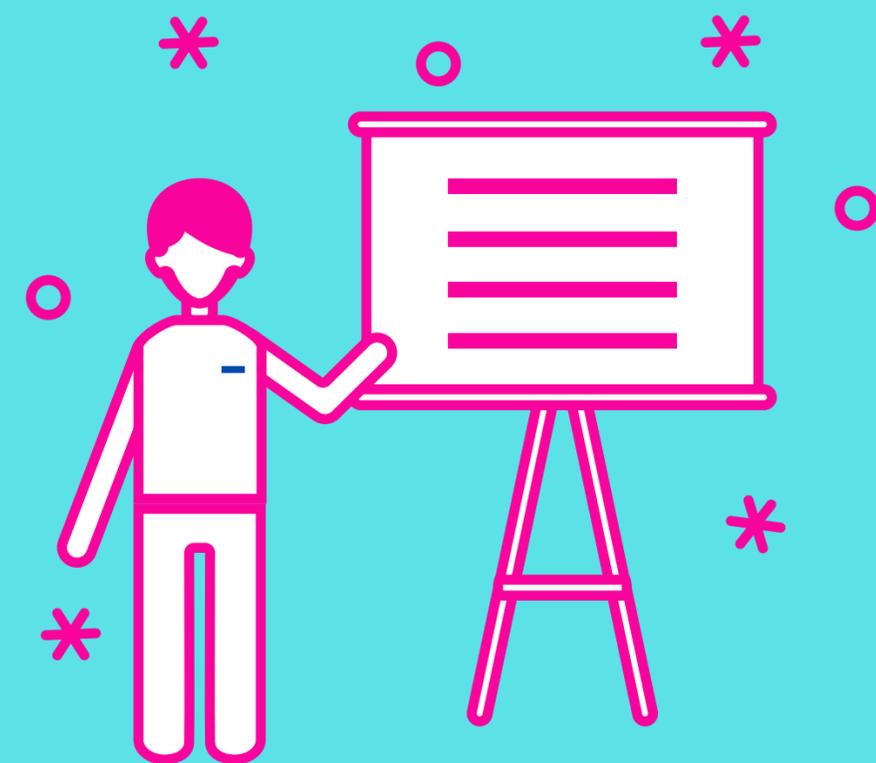


Objetivos

- Apoiar na realização de atividades escolares de forma segura, inclusive no caso de eventual retorno às atividades presenciais;
- Contribuir na redução de riscos e danos nas atividades escolares, incluindo o eventual retorno às atividades presenciais;
- Apoiar as instituições de ensino na comunicação com a comunidade acadêmica;
- Apoiar as instituições de ensino com protocolos de resposta a emergências;
- Instruir as instituições de ensino na comunicação com diferentes públicos.

Resumo

Para alcançar nossos objetivos, iremos conduzir pontos focais para comunicação com a comunidade acadêmica, estes pontos buscam auxiliar na ação de comunicar com eficiência e de forma clara a públicos específicos.





1. Introdução

Vivemos em uma realidade em que instituições de ensino vêm se distanciando da comunidade escolar. Distanciamento esse que pode ser causado por diferentes falhas no engajamento da comunidade, tais como bilhetes que não são entregues, responsáveis que não respondem aos comunicados, estudantes que não acompanham as informações...

Mas um ponto essencial dessa desmotivação pode estar na forma em que a instituição se comunica! Ficou surpreso? Veja o exemplo dos dois comunicados, a seguir:



Assunto: Higienização das mãos

Evite contaminações, lave as mãos!

Atenciosamente,
A Direção.



Assunto: Higienização das mãos

Higienizar as mãos pode prevenir doenças e salvar vidas! Não se esqueça de:



Lavar sempre as mãos e pulsos, por no mínimo 20 segundos.



Usar álcool em gel quando tiver necessidade e sempre higienizar objetos de uso comum.



Evitar contato físico e locais com aglomeração de pessoas.

Abraços,
A Direção.



AGORA, ME CONTE QUAL MENSAGEM DE FATO TE CHAMOU ATENÇÃO?

Em uma rotina tão corrida e com a chuva de informações recebidas a cada minuto é preciso ter criatividade e criar mecanismos para ser eficaz ao comunicar.

Nesse material iremos compartilhar ferramentas e mecanismos de apoio na comunicação com a comunidade acadêmica, para diferentes públicos.

Confira!



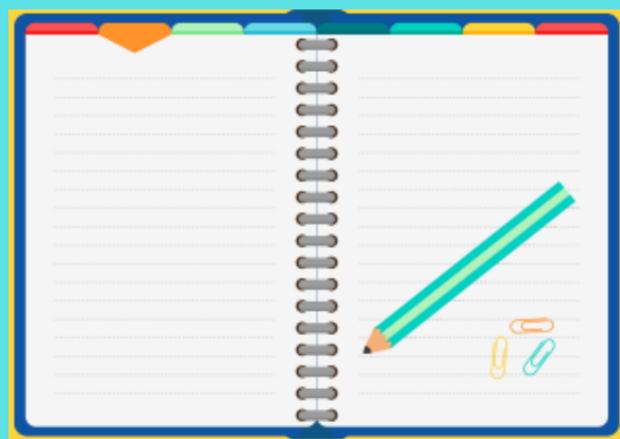
2. Canais de Comunicação Social

Possuímos diferentes ferramentas que podem auxiliar na comunicação com funcionários, estudantes e responsáveis da comunidade acadêmica.

Das mais atuais e tecnológicas ferramentas ao mais tradicional, é necessário analisar com cuidado para entender qual é o canal ideal para atender às demandas da sua instituição.

Vamos ver algumas das ferramentas mais utilizadas?!

Agendas em Papel



Mídias Sociais



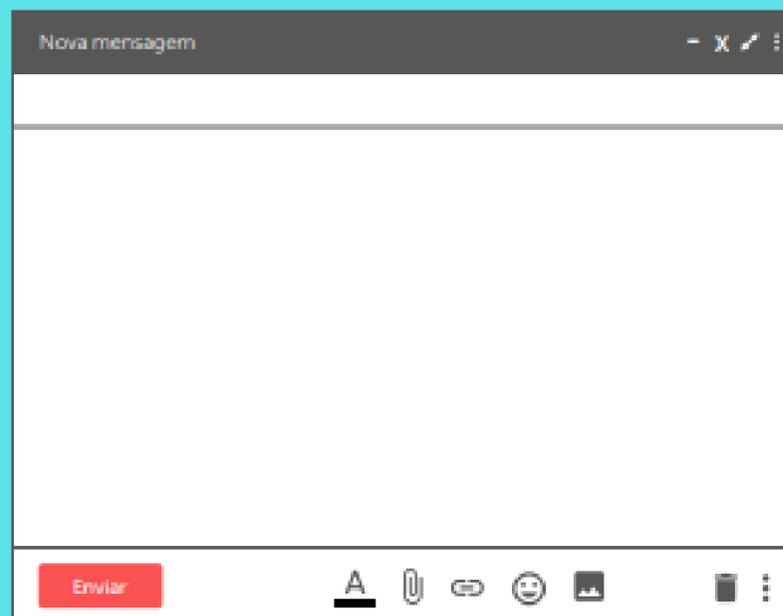
Plataformas digitais
(Agendas on-line)



E-mail



E-mail



Ao contrário do que pode-se pensar, a utilização das contas de e-mail é cada vez mais frequente, o que aumenta sua chance de conseguir estabelecer um contato confiável com a comunidade acadêmica.

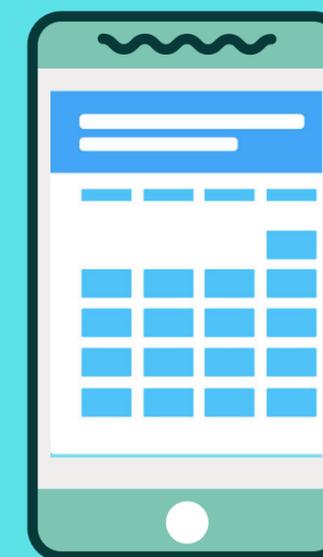
O e-mail nos possibilita uma comunicação mais “longa”, entretanto, em contrapartida, o retorno pode ser bastante demorado, e até esquecido, às vezes precisando de lembretes e reiteraões, não sendo o ideal para avisos que precisam de um retorno rápido.

Mídias Sociais



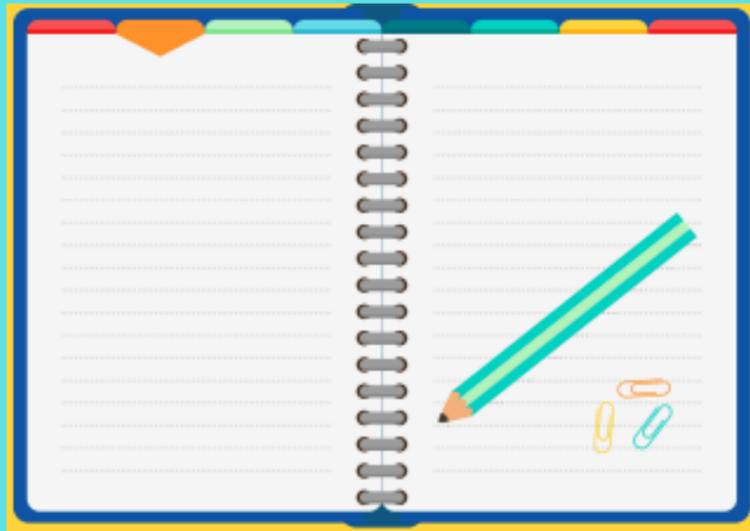
As mídias sociais estão cada vez mais presentes no dia-a-dia de todos, facilitando a comunicação de diferentes públicos e reunindo pessoas distantes umas das outras. A eficiência e rapidez dessas mídias as tornam singularmente importantes, porém, a utilização institucional dessas plataformas precisa de planejamento. Apesar da vantagem de serem amplamente utilizadas, e também permitir o envio de anexos, estes aplicativos podem se tornar um grande problema pela falta de possibilidade de gerenciamento dos envios: conversas ficam perdidas, grupos paralelos são formados, pais cobram respostas fora do expediente. Para utilizar estes canais é preciso estabelecer limites bem claros para que a solução não se torne um problema.

Uma nova opção são as turmas on-line e as agendas digitais, temos a nossa disposição diversas plataformas que podemos utilizar de maneira mais completa e segura. Com essas plataformas, é possível enviar vários tipos de conteúdos (links, documentos, fotos, vídeos, enquetes) assim como agendar as mensagens que serão enviadas ao longo do ano. Algumas plataformas possibilitam, ainda, a interação por meio de chats e videoconferências, a criação de canais próprios por assunto ou setor, entre outras funcionalidades que tornam esse contato muito mais dinâmico.



Plataformas digitais
(Agendas on-line)





Agendas em Papel

A ação de comunicação mais tradicional utilizada são as agendas em papel, tal ferramenta exige tempo e dedicação para utilização, como digitar, imprimir, cortar, colar... não dá pra negar: é complicado ser criativo com um canal tão limitado e que demanda muito trabalho da equipe. Mas, se sua instituição faz questão da utilização dessa ferramenta, pense em utilizar esse canal de forma complementar com os demais citados, assim, você vai conseguir aumentar seu alcance sem perder o tradicionalismo do papel.



Agora que você já tem os detalhes sobre cada uma das ferramentas, basta escolher as que melhor atendem sua instituição e começar a criar sua rede de comunicação com a comunidade acadêmica. Lembre-se que você pode combinar os diferentes canais de comunicação. Combine-os na proposta que melhor se encaixe nas necessidades da sua instituição e comece a criar a rede de comunicação com sua comunidade acadêmica. Vamos lhe dar umas dicas para planejar essa rede.



3. Planejamento

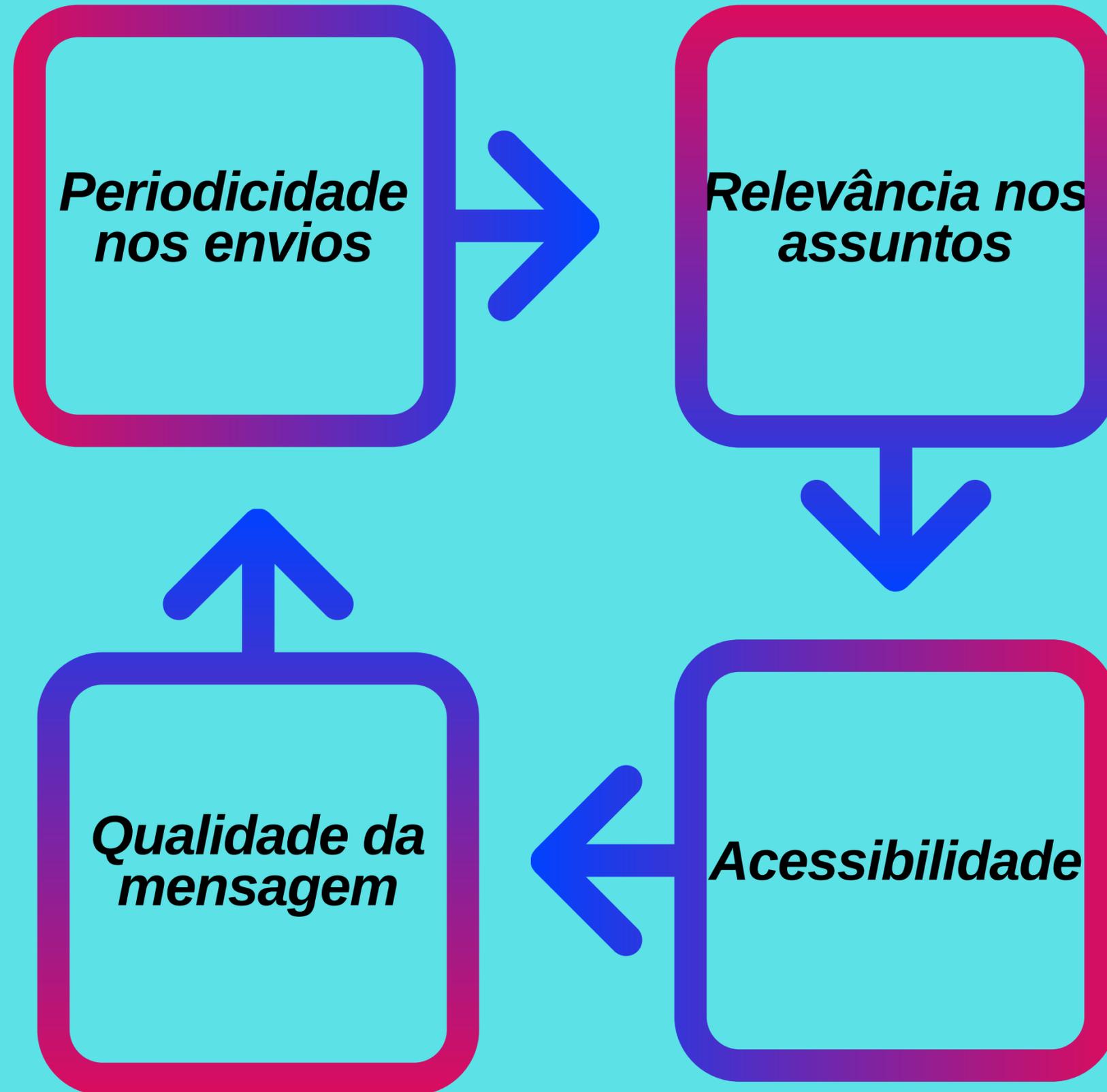


Planejamento, por definição, é o ato de criar um plano para otimizar o alcance de determinado objetivo. Esse processo envolve organizar e estruturar as etapas a serem realizadas para determinado procedimento. O planejamento é um bom aliado para uma boa comunicação. Nele é possível ver a luz no fim do túnel ao estabelecer metas, objetivos, fazer perguntas e pensar em como chegar nas respostas. Aqui é detalhado o passo a passo que será seguido em cada instância para se alcançar os objetivos. É importante fazer um panorama geral do que é preciso para chegar nos seus objetivos.



Na comunicação, existem alguns passos de planejamento para facilitar a visualização dos principais pontos a serem tratados. Entre eles, é fundamental descrever: qual a **mensagem**, a informação que irá comunicar; para quem você quer comunicar, definindo assim o seu **público**; estabelecer quais são seus **objetivos** fazendo essa comunicação e onde quer chegar com isso; por quais **canais** irá distribuir sua mensagem, o veículo que distribuirá sua informação; sua **viabilidade financeira**, incluindo os orçamentos; e definir os **prazos e as datas** para que tudo ocorra no tempo necessário para atingir seus objetivos.

Existem 4 pontos essenciais para o sucesso dos seus comunicados:



Periodicidade nos envios



sds.unb.br

O interesse da comunidade se perde rápido e para manter o engajamento, o contato precisa ser constante. Ou seja, nada de enviar um bilhete a cada trimestre!

Para manter a periodicidade de forma escalável, é fundamental organizar tudo que vai ser dito, inclusive atualizações quanto a vigilância em saúde dos membros da sua instituição.

Assim, nenhum aviso é esquecido e a comunicação vai ser feita de forma periódica.

Isso quer dizer que você deve mandar mensagens desejando “bom dia” todos os dias?

Nem pensar! Os envios precisam ter relevância.

Para te auxiliar nesse planejamento confira os materiais ao lado:

**CRONOGRAMA
DE ENVIOS**

**BAIXE E
COMECE A USAR!**

Relevância nos assuntos



sds.unb.br

Seja ele informativo, comemorativo ou convidativo, é fundamental que o comunicado enviado seja de interessante ao seu público.

Imagine, por exemplo, enviar um comunicado sobre piolhos para uma turma de ensino médio, ou o calendário de provas do vestibular para a educação infantil.

Não faz sentido, não é mesmo?

Por isso, além da relevância, é essencial manter a qualidade da informação. Utilize redes confiáveis de informação quando a mensagem for de dados secundários.

Ao definir os assuntos, leve em consideração as preocupações e necessidades do seu público.

Para a comunicação ser efetiva é importante que atenda as necessidade do emissor e do locutor.

Acessibilidade



Para uma comunicação efetiva é necessário buscar atender à características particulares e a acessibilidade é um ponto chave! A acessibilidade é a qualidade do que é acessível, ou seja, é aquilo que é atingível, que tem acesso fácil. É importante entender que a deficiência é produto de dois fatores: a limitação funcional da pessoa, que varia de 0 a 10; e o número de barreiras que o ambiente ou informação possui.

(DEFICIÊNCIA = LIMITAÇÃO x BARREIRAS)

O intuito da instituição é promover acessibilidade de modo a minimizar essas barreiras e promover independência, segurança e autonomia total ou assistida, aos indivíduos que necessitam de serviços específicos para acessar o conteúdo proposto.

A acessibilidade na comunicação é aquela que se dá sem barreiras na comunicação interpessoal, escrita e virtual.

Algumas ferramentas de acessibilidade existentes podem te auxiliar no ato de comunicar:

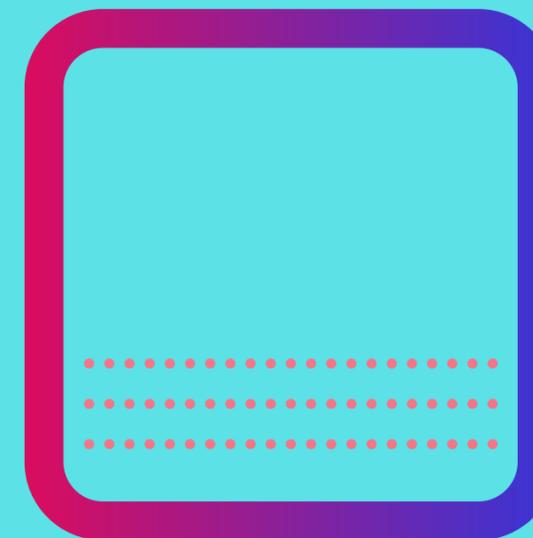
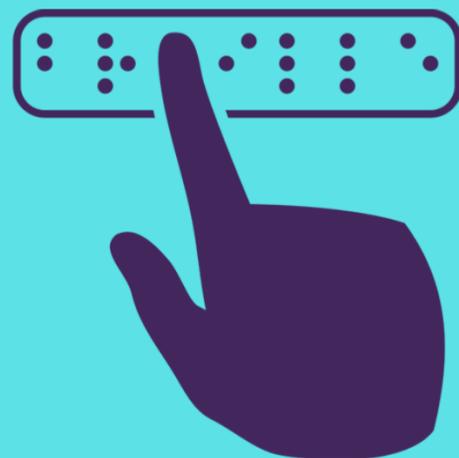
Dublagem

Impressões em Braille

Audiodescrição

Legendas

Janela de Libras



Caso tenha maior interesse em entender este tópico sugerimos a leitura da Lei Brasileira de Inclusão ([Lei Federal 13.146](#)).

Qualidade da mensagem

Lembra do exemplo da mensagem sobre higienização das mãos exemplificado na introdução?

É exatamente a isso que nos referimos quando falamos em qualidade. Não basta ter um assunto relevante, é preciso torná-lo interessante para seu público.

E para a mensagem funcionar precisamos planejá-la.

Com tudo organizado, a instituição consegue simplificar o trabalho da equipe e criar um canal de comunicação eficaz e consistente.

**PAINEL DE
PLANEJAMENTO**

[BAIXE E
COMECE A USAR!](#)

Como organizar a comunicação da sua instituição:

O que falar?

Toda instituição de ensino tem objetivos que deseja alcançar, metas a cumprir e sonhos a realizar. O conjunto dessas aspirações, as adequações feitas durante a rotina escolar, refletindo a essência e a função da escola na sociedade, bem como os meios para concretizá-las, é o que dá forma e vida ao chamado projeto-político-pedagógico, também conhecido como PPP.

Mas para além das informações contidas no PPP, quais informações e mensagens sua escola quer e deve informar? Essa pergunta é essencial para direcionar o contato.



Agora é preciso listar quais mensagens são produzidas, buscando alinhá-las às suas estratégias de comunicação. Podemos começar com uma lista simples, de alguns exemplos de conteúdos que a escola produz:

Comunicados

Institucionais (notas oficiais, informações, chamadas para reuniões)

Documentos

(Declarações, boletim, ficha de inscrição e matrícula, além de certificados e atas de reunião)

Informativos

(Internos ou externos, costumam divulgar ações realizadas e decisões tomadas)

Lista

de material

Recomendações

para matrícula, para segurança etc



sds.unb.br



DETALHES IMPORTANTES

- Cada instituição tem total autonomia para priorizar o conteúdo de acordo com a sua realidade.
- Cada informação segue padrões e sazonalidade diferentes. Alguns precisam ser alterados de acordo com a situação, como uma nota oficial; outros podem ser atualizados a cada semana como a situação de saúde dos membros da comunidade acadêmica; ou até anualmente, como a lista de material, mensagens de datas festivas, dentre outros.
- O foco nesse primeiro momento é entender que tudo o que a escola fala e faz é comunicação e que essas ações são parte da construção do relacionamento com a comunidade escolar.

Por que falar?

Objetivo

A comunicação tem uma importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, de troca mútua e desenvolvimento. O processo de comunicação consiste na transmissão de informação entre um emissor e um receptor que descodifica (interpreta) uma determinada mensagem. Um comunicado institucional, apresenta clareza em sua mensagem e busca deixar a comunidade acadêmica a par de tudo que está acontecendo na instituição ou curso. No âmbito do ensino-aprendizagem, a função da comunicação é informar: mostrar as atividades realizadas durante o semestre, informar as decisões que a instituição tomou para garantir avanços e melhoria da educação, convidar a família para uma evento especial, solicitar a presença do responsável para uma reunião, divulgar as notas dos estudantes, entre outras motivações, como relatar boas práticas de segurança e higiene, informar sobre ações de retorno as aulas, dentre outras informações que encontramos no cenário pandêmico.



Portanto, é importante definir qual é o objetivo dos conteúdos que sua instituição elabora, alguns dos possíveis objetivos da comunicação são:

Aproximar

Informar

Engajar

Divulgar
Ações

Estabeleça os objetivos da comunicação da sua instituição, assim, ficará mais simples produzir o conteúdo.



Com quem falar?

Públicos e Linguagem



sds.unb.br

Nos expressamos de modos diferentes de acordo com a relação que temos com cada público, com a situação e com o ambiente onde estamos inseridos. Naturalmente, não podemos lidar de modo individual com cada pessoa o tempo todo. Por isso, a solução é compreender as relações sociais de cada público com a sua instituição.

Estabeleça um perfil e tom de conversa para cada público que se relaciona com sua instituição. Pois, as relações construídas com a instituição podem influenciar tanto a organização da mesma quanto a comunidade, de forma direta ou não.

Ter uma comunicação institucional eficiente significa conhecer os diferentes públicos da sua comunidade e ter um bom relacionamento com todos eles.



O primeiro passo é pesquisar na internet e, principalmente, nos documentos da escola. Recolha dados que possam mapear os comportamentos e características de cada um dos públicos. Trace perfis aproximados de quem e como são os responsáveis, os estudantes e os membros da sua equipe.

Contextualize com o lugar onde moram, classe social, objetivos e canal por onde se informam. Todas essas informações direcionam a forma como você vai produzir conteúdo para cada público.

Adapte os materiais em uma linguagem mais simples e visualmente compreensível, utilizando-se de diagramas, gráficos e outras imagens lógicas.

É preciso entender como a instituição se projeta, o perfil das pessoas com quem ela fala, para entender a linguagem a ser utilizada. A partir daí, podemos seguir para o próximo tópico.



Como falar?

Responsáveis, identidade e plataforma

As instituições produzem muitas informações, o que envolve diferentes setores. Por isso, é necessário delegar funções.

Cada setor terá um tipo de documento e comunicado para elaborar, eventos a produzir e informações a divulgar.

Assim, podem surgir dúvidas sobre como manter um padrão de comunicação e a identidade da instituição, para que tudo permaneça alinhado defina um(a) porta voz para sua instituição, ele(a) irá estabelecer alguns padrões como:

Identidade Visual

Tom de cada conteúdo

Sazonalidade de publicação

Objetivos da comunicação

Linguagem de cada plataforma
(redes sociais, blog, e-mail, nota)

Linguagem de cada público
(responsáveis, estudantes,
funcionários, públicos externos)



Defina um(a) Porta Voz

É essencial nomear um(a) porta-voz, uma pessoa responsável e capaz de representar sua instituição, em diferentes cenários, de forma estratégica. Geralmente ele(a) é acionado em momentos de crise, mas também pode ser utilizado para informar situações positivas e de sucesso.

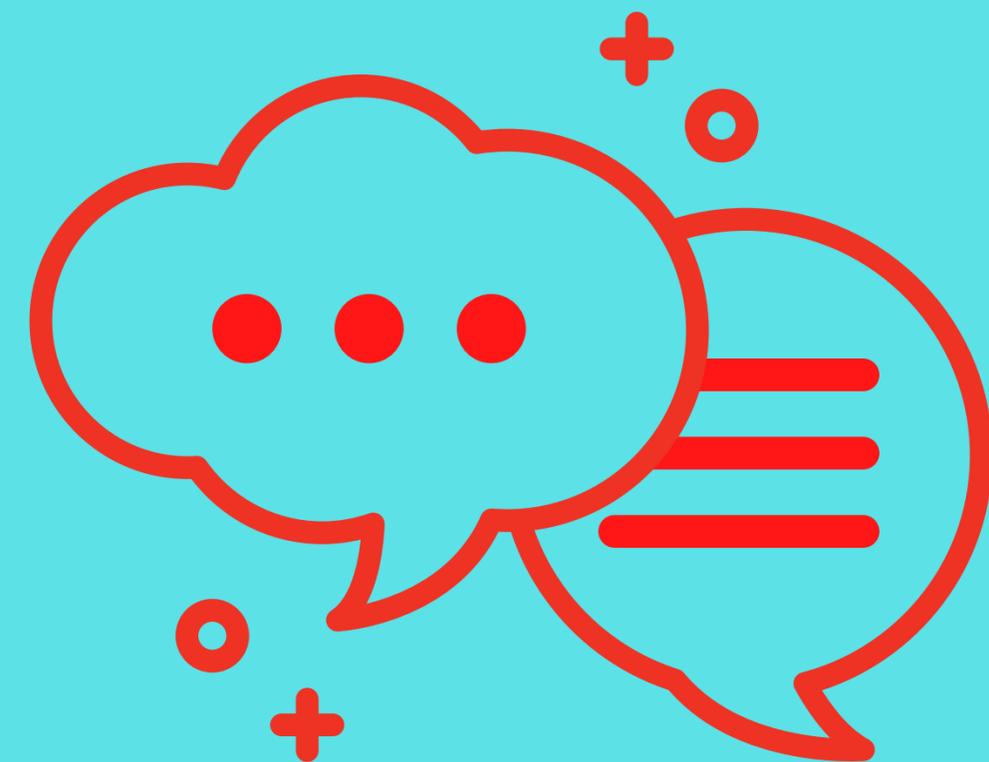


Esse(a) responsável precisa estar consciente de todos os processos do trabalho, com conhecimento suficiente para executar respostas inteligentes e direcionar perguntas que sejam benéficas para o esclarecimento das informações. Assim sendo, com o tempo, é construída uma relação benéfica com a comunidade acadêmica e a mídia no geral, sempre com um alinhamento do discurso, por estar centralizando essa função em apenas uma pessoa.

Nem sempre o(a) responsável pela organização, pela gestão ou de qualquer âmbito é a melhor pessoa para ser o porta-voz. Essa pessoa deve ter uma boa dicção, uma boa postura e ser sempre cortês com os diferentes públicos da comunidade. Além das boas habilidades comunicativas, é interessante que portem uma boa imagem, pois ali estarão representando a voz de todo o trabalho da instituição.



sds.unb.br

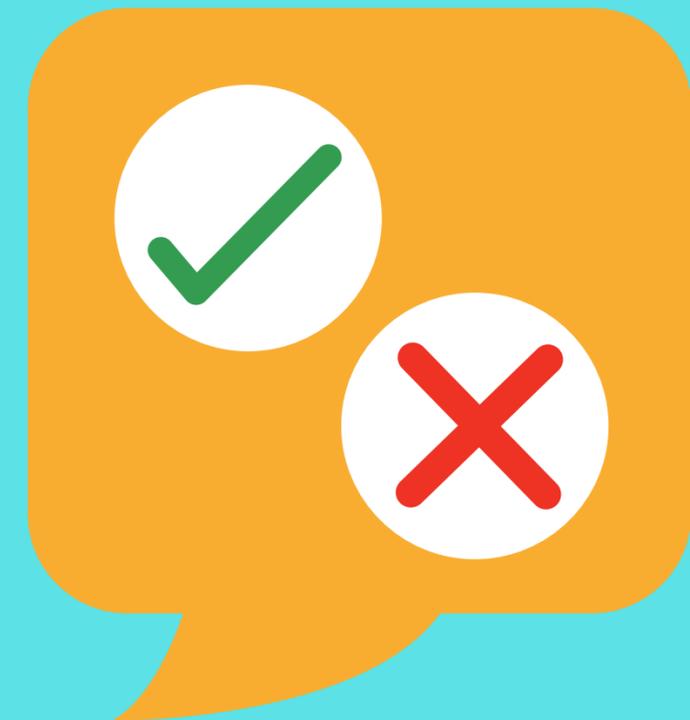


Abaixo estão algumas dicas essenciais para preparar o(a) porta-voz:
É fundamental que o porta-voz tenha conhecimento das informações que podem ou não ser repassadas. A comunidade possui autonomia para questionar e instigar respostas pensadas estrategicamente para qualquer fim, portanto, é preciso saber quais informações podem ou não ser extraídas a qualquer custo. Essas informações precisam ser acertadas em conjunto com toda a equipe responsável usual. Para situações de crise aguda, pensando em uma melhor performance do seu porta-voz com a mídia, existe uma ferramenta chamada Q&A (Questions and Answers) que, traduzindo para o português significa “Perguntas e Resposta”. Ela atua como um meio de prever perguntas delicadas que te podem colocar numa cilada. É necessário simular perguntas que podem surgir em um período anterior à comunicação.





Deste modo, o(a) porta-voz terá tempo de pensar em respostas bem elaboradas e estratégicas para cada tipo de pergunta, que ocasionalmente possa ser feita sem preparo prévio. Analise as tendências sobre o tema, as dúvidas mais polêmicas, acusações e questões de risco para pensar nessas perguntas que necessitam de respostas mais alinhada e estratégicas. Praticar ou simular entrevistas com situações e contextos diferentes é um método para treinar o(a) porta-voz. Ele(a) saberá como se portar em diferentes contextos. Também nesta prática, é sempre bom agregar pessoas para questionar e argumentar com o(a) porta-voz sem que ele(a) saiba previamente do conteúdo do diálogo, assim, ele(a) terá uma vivência real, desenvolvendo seus próprios mecanismos de saída e estratégias para possíveis complicações.





Como comunicar com os familiares e responsáveis?

É importante agir de forma que a comunidade valorize a comunicação vinda da instituição de ensino, a transparência é o ponto chave nesta valorização. Portanto, busque interagir usando uma comunicação mais atrativa, moderna, fácil e eficiente, as ferramentas apresentadas anteriormente irão apoiá-lo nessa interação.

É importante, ainda, adotar ferramentas, pois elas poderão ajudar a manter o diálogo claro, eficiente e produtivo. Além disso, essas ferramentas devem ser divulgadas de maneira adequada, para que os responsáveis possam facilmente recorrer a elas quando for necessário. O esforço e a dedicação da instituição nesse sentido vão demonstrar a preocupação com o desenvolvimento dos estudantes, bem como o cuidado em envolver os familiares com o que acontece de mais relevante na escola.



Como comunicar com os funcionários?



sds.unb.br

É fundamental que a instituição organize os dados que precisam ser conhecidos pelos profissionais atuantes. Para que essas informações sejam repassadas de forma eficaz é importante conferir o acesso de todos os profissionais da instituição. Com esse recurso de comunicação, a gestão é capaz de enviar comunicados, documentações, autorizações e notificar possíveis pendências. Além de compartilhar questões relativas à saúde da comunidade acadêmica. Analisando os pontos principais para interação interna, fica evidente que esse tipo de sistema possibilita que os funcionários estejam a par do que acontece com a comunidade imediatamente, contribuindo para que uma intervenção seja realizada e permitindo corrigir a questão rapidamente.

Para que uma instituição tenha um bom funcionamento, não basta uma atuação competente do gestor e dos professores: é preciso que todos os agentes da escola trabalhem em conjunto. Toda função exercida no ambiente educacional impacta de alguma forma na qualidade do serviço da organização. Todos os profissionais devem estar comprometidos com o objetivo de tornar a comunicação eficaz. Promova ações de engajamento, momentos de interação e um ambiente seguro de compartilhamento.



Como comunicar com os estudantes?

É necessário adequar o discurso à realidade dos estudantes, além de considerar a faixa etária e a série dos mesmos.

Outro ponto importante, é que os estudantes tenham o direito de participar das tomadas de decisão que dizem respeito à novas decisões. Aceitar sugestões e ponderar as decisões com base na opinião dos estudantes demonstra que a instituição se importa e valoriza a participação e desenvolvimento de liderança e partilha.



Identidade visual

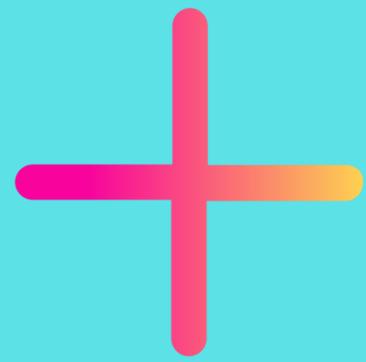
Criação e distribuição



sds.unb.br

Os padrões criados funcionam para construir a identidade da instituição. A identidade visual é chave nesse processo: o uso de cores, símbolos, fontes, aplicação da logo, uso ou não de imagens e ilustrações, entre outros. Você pode montar um banco de imagens e padrões de comunicados para cada setor responsável, isso facilita na manutenção da identidade visual e permite que mais pessoas possam produzir os conteúdos. Além de uma equipe para executar e um padrão a ser seguido, é preciso escolher o canal ideal para cada conteúdo.

O trabalho na Comunicação está diretamente envolvido com o trabalho de criação. Aqui se criam textos acessíveis, peças gráficas, vinhetas, anúncios, idealizam-se eventos, imagens, fotografias, vídeos e assim segue uma lista enorme de possibilidades. Os smartphones e a internet facilitam muito a vida dos criadores sem experiência. Para produção de conteúdo visual, há diversos sites e aplicativos gratuitos que produzem artes e layouts para infográficos, anúncios, informativos, posts para redes sociais, como exemplos:



FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO E EDIÇÃO

Para produção de artes/imagens:

Canva (desktop, iPhone e Android);
Adobe Spark (desktop, iPhone e Android);
Power Point (desktop, Android e iPhone);
Legend (iPhone);
Word Swag (iPhone e Android)...

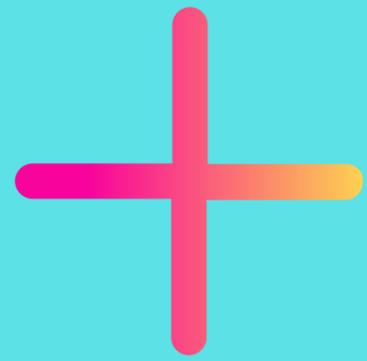
Para editores de vídeo:

FilmoraGo (Android e iPhone);
KineMaster (Android e iPhone);
Magisto (Android e iPhone)...

Para editores de áudio:

Audacity (Desktop);
mp3DirectCut (Desktop);
Wavepad (Android e iPhone);
Spreaker Studio (Android e iPhone)...





MOMENTO DE DICAS



sds.unb.br

- É possível produzir conteúdo usando ferramentas gratuitas. Muitos desses aplicativos fornecem uma interface simples e intuitiva. Experimente, se arrisque e descubra qual plataforma atende melhor a sua necessidade.
- Algumas atitudes simples na estrutura do comunicado facilitam a compreensão e podem aumentar muito a eficiência das suas mensagens. Como:
 - **Título/Assunto:** Um bom título chama a atenção e desperta a curiosidade.
 - **Mensagem:**
 - Garanta que o conteúdo seja acessível para o público;
 - Evite parágrafos longos;
 - Busque usar uma estrutura de tópicos.
 - **Recursos multimídia:** imagens, fotos, vídeos, links, etc.



4. Comunicação de riscos



sds.unb.br

Em situações extraordinárias de crise, como a pandemia de COVID-19, a Comunicação se torna um pilar fundamental para a redução de impactos e danos na população. Por meio dela, se encontram soluções rápidas e de alta eficácia. Uma comunidade que tem acesso à Comunicação, é uma comunidade que se esforça a saber dos riscos que envolvem suas próprias vidas e, portanto, são propícias a tomarem boas escolhas que beneficiam o conjunto, pois as relações sociais, os laços, o afeto, são determinantes para que o pensamento benéfico comum aconteça.





Com base nesse documento sabemos que a comunicação de riscos permite às pessoas que se encontram em maior perigo que compreendam e adaptem comportamentos de proteção. Ela consiste na troca de informações e orientações com as pessoas que se encontram nestas situações de risco. Os peritos e líderes comunitários ou oficiais, emitem informações e orientações para as pessoas expostas a riscos e escutam suas inquietações e respostas frente a esses aconselhamentos de forma a deixá-los mais relevantes, confiáveis e aceitáveis. Por exemplo, na pandemia de COVID-19, as pessoas da comunidade escolar que não sabem, se recusam ou não podem utilizar máscaras faciais de maneira adequada estão expostas a riscos maiores de se contagiar e transmitir o vírus. Não basta emitir a indicação "usa máscara"; é preciso escutar a recepção dessa orientação. Com base na metodologia científica, empírica, comparativa, e uma literatura expressiva, a Organização Mundial de Saúde (OMS) produziu um artigo prático de "Comunicação de Riscos em Emergências de Saúde Pública", que classificam em três tipos de recomendações baseadas em evidências: A, B e C.

A: Conquistar a confiança e a participação da comunidade acadêmica



sds.unb.br

A1: Confiança: para conquistar confiança, as intervenções sobre a comunicação dos riscos devem estar ligadas a serviços funcionais e acessíveis, ser transparentes, oportunas, de fácil compreensão, admitir as incertezas, dirigir-se aos públicos estratégicos, ligar-se à auto eficácia e ser divulgadas através de várias plataformas, métodos e canais.

A2: Comunicação das incertezas: a comunicação dos responsáveis com o público deve incluir informação explícita sobre as incertezas associadas aos riscos, eventos e intervenções, e apontar aquilo que se conhece e o que não se conhece num determinado momento.

A3: Participação da comunidade: Identificar as pessoas em quem a comunidade confia e estabelecer relações com elas. Envolvê-las na tomada de decisões para garantir que as intervenções são participativas, apropriadas ao contexto e que a comunicação pertença à comunidade.

B: Integrar a ERC (Comunicação dos Riscos em Situações de Emergência) no sistema de educação e de resposta às emergências;



B1: Governança e liderança: a ERC deve ser uma função estratégica, designada das equipes mundiais e nacionais de liderança da preparação e resposta às emergências.

B2: Sistemas de informação e coordenação: Desenvolver e inspirar-se nas redes de agências e organizações em todas as fronteiras geográficas, disciplinares e, quando se justifique, também nacionais.

B2.1: Ajustar os sistemas de informação e comunicação às necessidades dos utilizadores e envolver as partes interessadas locais para garantir o fluxo da informação em todos os setores. Consideração sobre a implementação: os profissionais da ERC precisam de suporte legislativo e político. A publicação da informação pode ser proibida e o seu fluxo pode ser muito limitado por nível de autoridade em alguns contextos.

B3: Formação de capacidades: a preparação e a formação dos agentes de ERC devem ser regularmente organizadas e centrar-se na coordenação entre agências. Consideração sobre a implementação: Ao planejar a formação, incorporá-la nas mídias e, quando se justifique, incluir representantes das mídias nos exercícios de formação.

B4: Finanças: a ERC requer um orçamento definido e sustentado, que deve fazer parte da orçamentação principal para a preparação e resposta às emergências.



C: Práticas da ERC;



C1: Planejamento estratégico da comunicação: o planejamento da ERC deve ser feito com muita antecedência e ser um processo contínuo, centrado na preparação e na resposta. O planejamento deve ser sensível às necessidades das partes interessadas, participativo, responder ao contexto e incorporar o feedback dos grupos participantes.

C2: Monitorização e avaliação: a investigação deverá criar os melhores mecanismos e métodos para avaliar rapidamente as intervenções da ERC e incorporar os resultados da avaliação e o feedback das partes interessadas e da comunidade para informar e melhorar as respostas atuais e futuras.

C.3: Mídias sociais: as mídias sociais podem ser usadas para apelar à participação do público, facilitar a comunicação entre pares, transmitir conhecimentos sobre a situação, monitorar e responder a rumores, reações e preocupações do público durante uma emergência e para facilitar respostas a nível local.

C.3.1: As mídias sociais e as mídias tradicionais (jornais, televisão, revistas etc.) devem fazer parte de uma estratégia integrada com outras formas de comunicação, para conseguir a convergência da informação verificada e rigorosa. É de suma importância que mesmo na utilização das mídias a instituição conquiste a confiança e credibilidade, antes, durante e depois de uma emergência.

C.4: Mensagens: o risco não deve ser explicado em termos técnicos, pois isso não ajuda a promover comportamentos de redução dos riscos.

C4.1: As mensagens consistentes devem ser provenientes de diferentes fontes de informação e ser divulgadas logo no início das crises.

C.4.2: As mensagens devem promover as medidas específicas que as pessoas possam realisticamente tomar para promoverem a sua saúde. Considerações sobre a implementação de todas as recomendações sobre mensagens: as mensagens devem surgir e ser adaptadas aos contextos culturais, usando testes prévios com o público-estratégico; As mensagens devem ser revistas e periodicamente reformuladas, à medida que a emergência evolui.



sds.unb.br



Como comunicar em estado de crise?



Transparência da informação:

É importante nunca mentir. Para manter a confiança das pessoas a quem nos dirigimos, é essencial não trair a confiança e assegurar a máxima transparência da informação.

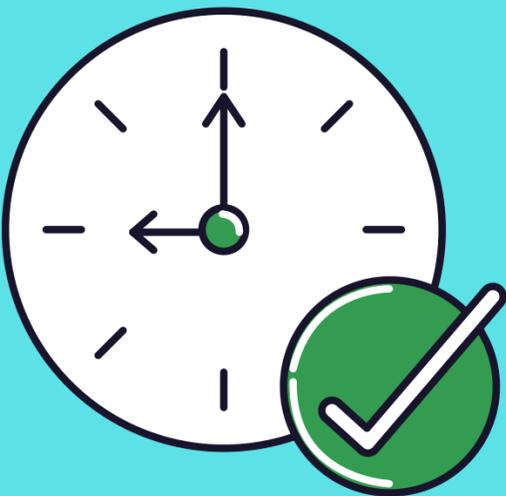
Segurança da informação:

Em momentos de vulnerabilidade, é importante transmitir apenas informação segura, ou seja, dizer apenas aquilo que tem sustentação em documentos ou diretrizes de autoridades. A emissão de informação incerta, baseada em intuições ou opiniões, pode gerar comportamentos errados ou percepções equivocadas.



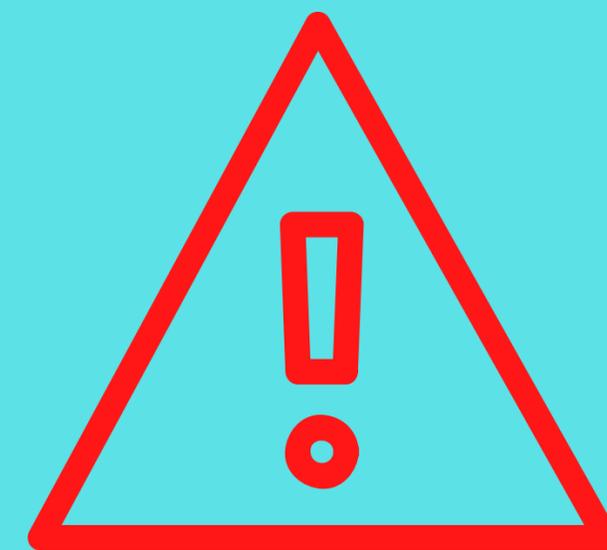
O tempo certo:

É fundamental calcular qual é o momento certo para enviar a informação. É sempre preferível retardar um pouco a emissão de uma mensagem do que transmitir informações precipitadas que exijam correções posteriores.



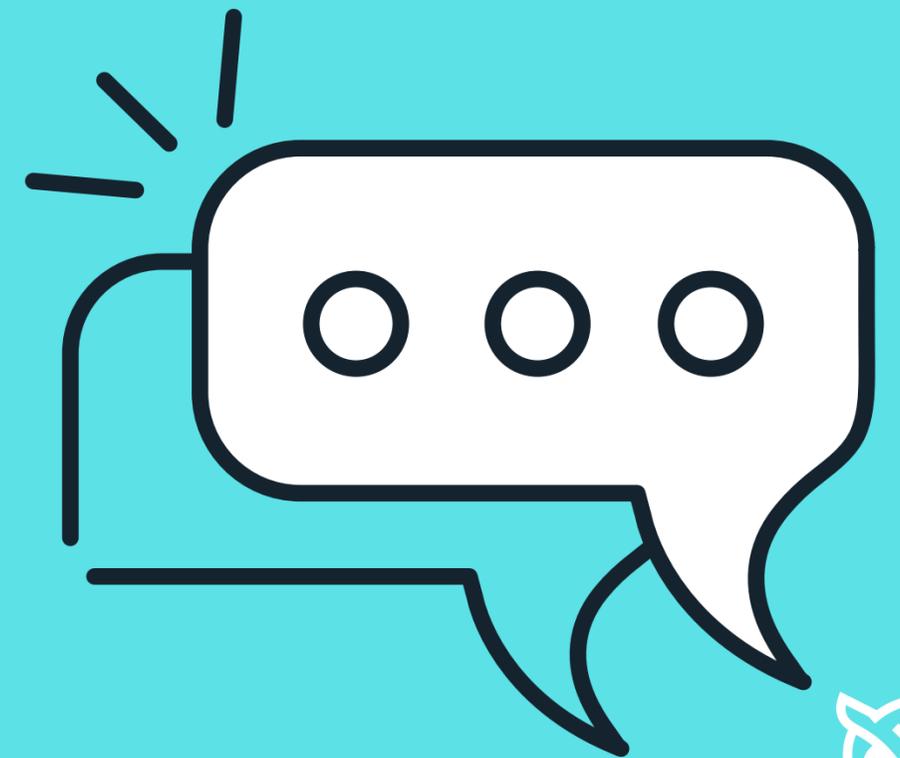
O perigo dos silêncios:

Embora não se deva comunicar a toda a hora e por qualquer pequeno pretexto, os silêncios prolongados geram desconforto e podem dar lugar a ansiedade ou alienação. Por isso, é importante manter um contato regular com os diferentes públicos (embora cada um desses grupos exija níveis de atenção diferenciados).



Teor das mensagens/comunicados:

As mensagens ou comunicados devem ser claros, expressos em linguagem simples, que não permita leituras ou interpretações equivocadas. Na medida do possível, é também conveniente que sejam curtos e contidos do ponto de vista das emoções negativas (já que a criação de emoções positivas pode ter efeitos benéficos).





Receptividade a contatos:

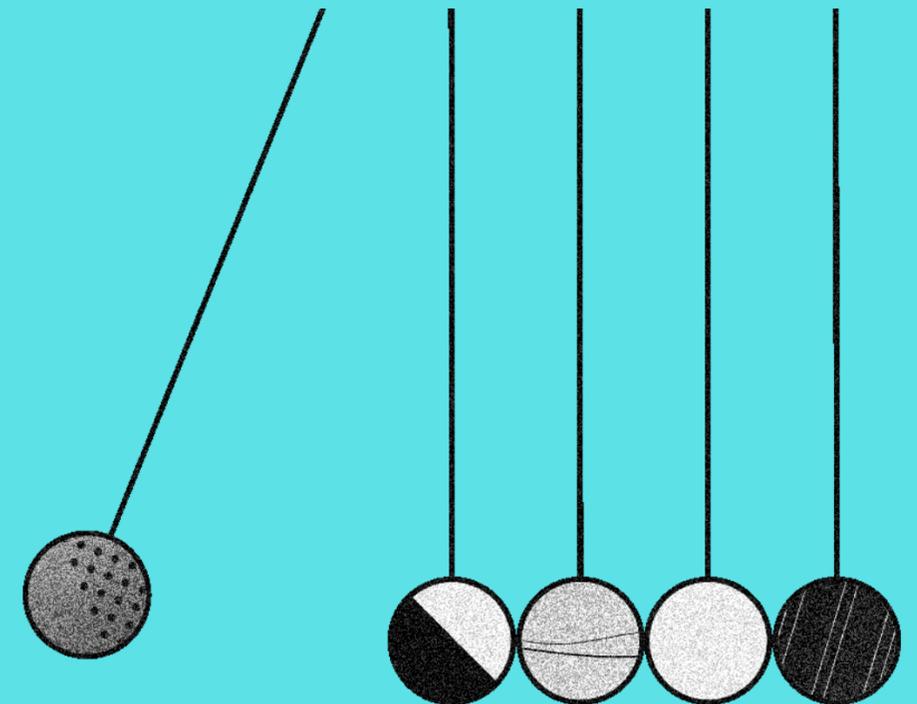
A comunicação de crise é entendida como a comunicação dirigida de um emissor para um grupo ou comunidade. No entanto, é importante também manter canais que permitam a participação em sentido inverso. A receptividade a contatos da comunidade é relevante para que a comunicação de crise não seja simplesmente transmissiva, mas também acolhedora e interativa.





Ser ativo e não reativo:

A comunicação de crise exige que a instituição antecipe a situação de crise e declare a sua instalação, antes de todos, fazendo o seu acompanhamento de modo ativo, se possível, adiantando-se às mídias no contato com a comunidade acadêmica. Ao mesmo tempo que vai preparando e enviando mensagens a cada um dos públicos, antecipando as suas necessidades e receios.



Manter sob vigilância a informação que circula na opinião pública:



Uma crise é todo o evento que torna a organização suscetível de uma atenção generalizada e particular, por parte das mídias e outros grupos externos, como grupos de pressão. E, a partir do momento em que a crise se instala, os fluxos de comunicação sobre a instituição intensificam-se, registrando-se a circulação de informações e opiniões de natureza e credibilidade diversas. É do interesse da instituição reagir a algumas dessas circunstâncias, de modo direto e indireto, é fundamental um monitoramento constante da informação que circula nas redes de contato e/ou nas redes sociais.



Resultado Global Único de Comunicação (RGUC) ou SOCO

Você deve se perguntar o que são todas essas siglas estranhas acima, mas, aqui explicaremos tudo de forma simples e direta. A sigla SOCO é uma abreviação de “Single Overarching Communication Outcome” que, traduzindo do inglês, podemos entender como “Resultado Global Único de Comunicação (RGUC)”. É uma metodologia que irá facilitar a visualização de um objetivo maior, um resultado abrangente, que guiará todo o seu planejamento. Mas que resultado é esse e porquê devemos estabelecê-lo antes de realizar todos os esforços de comunicação? Para a construção de SOCO/RGUC, deve-se ter em mente qual efeito se quer causar com essa ação comunicativa, o resultado ou a transformação que deseja ver como resultado de comunicar.

Lembrando que o RGUC não é a sua mensagem, é o efeito dela.

Qual efeito você quer causar comunicando tal coisa? Qual é o cenário ideal que deseja proporcionar por meio da Comunicação? Abaixo iremos descrever como elaborar um RGUC de forma direta:



Qual a questão?

Aqui, descreva qual o empecilho, qual o problema identificado que está à mercê da comunicação como solução.

Exemplo: Desinformação quanto ao retorno presencial das aulas.

Por que quer focar nessa questão e por que agora? Qual a relevância?

É importante saber do grau de importância dessa questão. Se não houver esforços, o que poderá acontecer? Por que ela é prioritária? Quais os danos, quais as consequências? Em quanto tempo poderá ocorrer? É urgente?

Exemplo: Prioritária por gerar desorientação, dúvida, engano.

Quem precisa mudar de comportamento?

Neste tópico, descreva o seu público estratégico de uma forma geral e por que estão necessitando de uma boa comunicação efetiva para alterar tal situação.

Exemplo: Responsáveis e Estudantes

Qual é a mudança que deseja ver no seu público como resultado das suas comunicações? (este é o seu RGUC)

Escreva qual é a mudança que será ocasionada se fizer tal esforço comunicacional em seu público. O que será mudado? Onde quer chegar? Qual o cenário ideal?

Exemplo: Público informado.



Conclusão

Ficamos felizes por ter chegado até aqui!

Nesse guia seguimos por vários pontos da comunicação afim de desenvolvermos juntos um plano de comunicação para sua instituição. Aqui, desenvolvemos ações de planejamento e execução da estratégia de contato de forma clara e objetiva, mas para que ela tenha sucesso, é preciso enxergar esse processo com seriedade e dedicação.

Não se esqueça: a comunicação é uma via de mão dupla; para que a comunidade escolar esteja engajada, a instituição precisa estar comprometida com as ações de comunicação. Utilize todas as ferramentas tecnológicas e plataformas *on-line* para simplificar essa rotina.



Com tudo planejado, vai ser fácil estreitar os laços e manter um relacionamento saudável com a comunidade acadêmica! Sempre que precisar de ajuda para checar todos os pontos temos um check list para te auxiliar:



Check list do plano de comunicação para escolas

Sala de Situação de Saúde - UnB

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra desde que citada a fonte, estando vedada a utilização deste conteúdo para venda ou quaisquer fins comerciais.

Venda proibida. Distribuição gratuita.

1ª Edição – 2020 – Publicada em Setembro de 2020

sds.unb.br

Elaboração: Sala de Situação de Saúde - UnB

Autores: Raphaella Fernandes e Matheus Andrade

Revisão: José Iturri, Marcela Santos e Jonas Brant

Coordenação: Jonas Brant e Marcela Santos

Diagramação: Raphaella Fernandes



Referências bibliográficas

- BRASÍLIA. Ministério da Saúde. Governo Federal. COVID-19: diagnóstico. Diagnóstico. 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#diagnostico>. Acesso em: 08 de Agosto de 2020.
- UNESCO. Reabrir as escolas quando, onde e como. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/artigo-reabrir-as-escolas-quando-onde-e-como/>. Acesso em: 10 de Agosto de 2020.
- FIOCRUZ. Manual sobre biossegurança para reabertura das escolas no contexto da COVID-19. 2020. Disponível em: http://www.epsjv.fiocruz.br/sites/default/files/manual_reabertura.pdf. Acesso em: 16 set. 2020.
- Organização Mundial da Saúde. Definição dos objetivos das comunicações: SOCO. Disponível em: <https://www.who.int/risk-communication/training/Module-D1-PT.pdf> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- UNESCO. Consequências adversas do fechamento das escolas. Disponível em: <https://pt.unesco.org/covid19/educationresponse/consequences#:~:text=O%20fechamento%20das%20escolas%20acarreta,as%20pessoas%20nas%20diferentes%20comunidades.&text=As%20desvantagens%20s%C3%A3o%20desproporcionais%20para,oportunidades%20educacionais%20al%C3%A9m%20da%20escola>. Acesso em: 10 de agosto de 2020.

- Lopes, Noêmia. O que é o projeto político-pedagógico (PPP). Disponível em: <https://gestaoescolar.org.br/conteudo/560/o-que-e-o-projeto-politico-pedagogico-ppp>. Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- Significados. Significado de Comunicação. Disponível em: <https://www.significados.com.br/comunicacao/>. Acesso em: 27 de Agosto de 2020. Significados.
- Significado de Acessibilidade. Disponível em: <https://www.significados.com.br/acessibilidade/>. Acesso em: 23 de Setembro de 2020.
- SECRETARIA DE ACESSIBILIDADE, Universidade Federal do Ceará. Acessibilidade Comunicacional: você já ouviu falar? Disponível em: <https://accessibilidade.ufc.br/pt/acessibilidade-comunicacional-voce-ja-ouviu-falar/#:~:text=Acessibilidade%20comunicacional%20%C3%A9%2C%20portanto%2C%20oferecer,para%20acessar%20o%20conte%C3%BAdo%20proposto>. Acesso em: 23 de Setembro de 2020.
- Brasil. LEI N° 13.146, DE 6 DE JULHO DE 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm Acesso em: 26 de setembro de 2020.
- Família na escola. Comunicação com alunos e responsáveis: saiba como se comunicar com os diferentes perfis da sua escola. Disponível em: <https://jornadaedu.com.br/familia-na-escola/comunicacao-com-alunos-e-responsaveis-saiba-como-se-comunicar-com-os-diferentes-perfis-da-sua-escola/> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.

- França, L. COMO MELHORAR A COMUNICAÇÃO ENTRE PAIS E ESCOLA? Disponível em: <https://www.somospar.com.br/como-melhorar-a-comunicacao-entre-pais-e-escola/> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- Escola WEB. Comunicação interna: entenda a importância no ambiente escolar. Disponível em: <https://escolaweb.com.br/gestao-escolar/entenda-a-importancia-da-comunicacao-interna-no-ambiente-escolar/> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- Escola em movimento. 6 cuidados para uma comunicação eficaz entre professores e alunos. Disponível em: <https://escolaemmovimento.com.br/blog/6-cuidados-para-uma-comunicacao-eficaz-entre-professores-e-alunos/> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- Universidade do Minho. Mini Guia de Comunicação de risco. Disponível em: <https://www.ics.uminho.pt/pt/Paginas/Guia-de-Comunicacao-de-Crise.aspx> Acesso em: 27 de Agosto de 2020.
- WPENSAR, Guia prático da comunicação escolar. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/2426/1551133726wpensar_guia_pratico_comunicacao_escolar.pdf Acesso em: 02 de Agosto de 2020.
- Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergencia [Communicating risk in public health emergencies: a WHO guideline for emergency risk communication (ERC) policy and practice] ISBN 978-92-4-855020-1

- Artoni, Rogério. O que é um Q&A. Disponível em: <https://www.racecomunicacao.com.br/blog/o-que-e-um-qa/#:~:text=Q%26A%2C%20ou%20Questions%20and%20Answers,uma%20empresa%2C%20servi%C3%A7o%20ou%20produto>. Acesso em: 01/10/2020