

# Encontro de Comunicação Social por Polos- ECOSPOLO



2017



## OBJETIVOS:

**Geral:** Fortalecer o trabalho de Comunicação Social realizado nas unidades salesianas do Brasil

- **Específicos:**
- Envolver as comunidades locais nos processos de gestão da comunicação de acordo com as diretrizes da RSB;
- Estimular os comunicadores locais a utilizarem a nova identidade visual da Rede Salesiana Brasil, promovendo a unidade e fortalecimento da marca;
- Promover um espaço de diálogo, formação e avaliação dos processos educacionais em andamento;
- Socializar a nova linha editorial do Portal RSB e das publicações nas redes sociais;



- Boas vindas;
- Sentido carismático da Comunicação para a missão salesiana

# Tema I - Identidade

- Estrutura da RSB,
- Identidade da RSB Comunicação.
- Fortalecimento da marca RSB: implicações para o cotidiano das Unidades Salesianas.

# Rede Salesiana Brasil

- A RSB se caracteriza pela realização de ações que visam criar, desenvolver, coordenar, incentivar e manter Redes para atuação em áreas específicas do carisma salesiano, tais como educação, comunicação, ação social e outras que se achar conveniente e buscar o fortalecimento, o aperfeiçoamento, a modernização e a produtividade de suas instituições, obras, projetos e atividades nos campos da educação, do desenvolvimento social, da pastoral, dos direitos humanos, da cultura, da saúde e qualidade de vida, da comunicação social, do desporto, do empoderamento econômico, da promoção humana, da assistência social e do desenvolvimento sustentável.

# Fortalecimento da marca RSB - Comunicação



AÇÃO SOCIAL



ESCOLAS



COMUNICAÇÃO



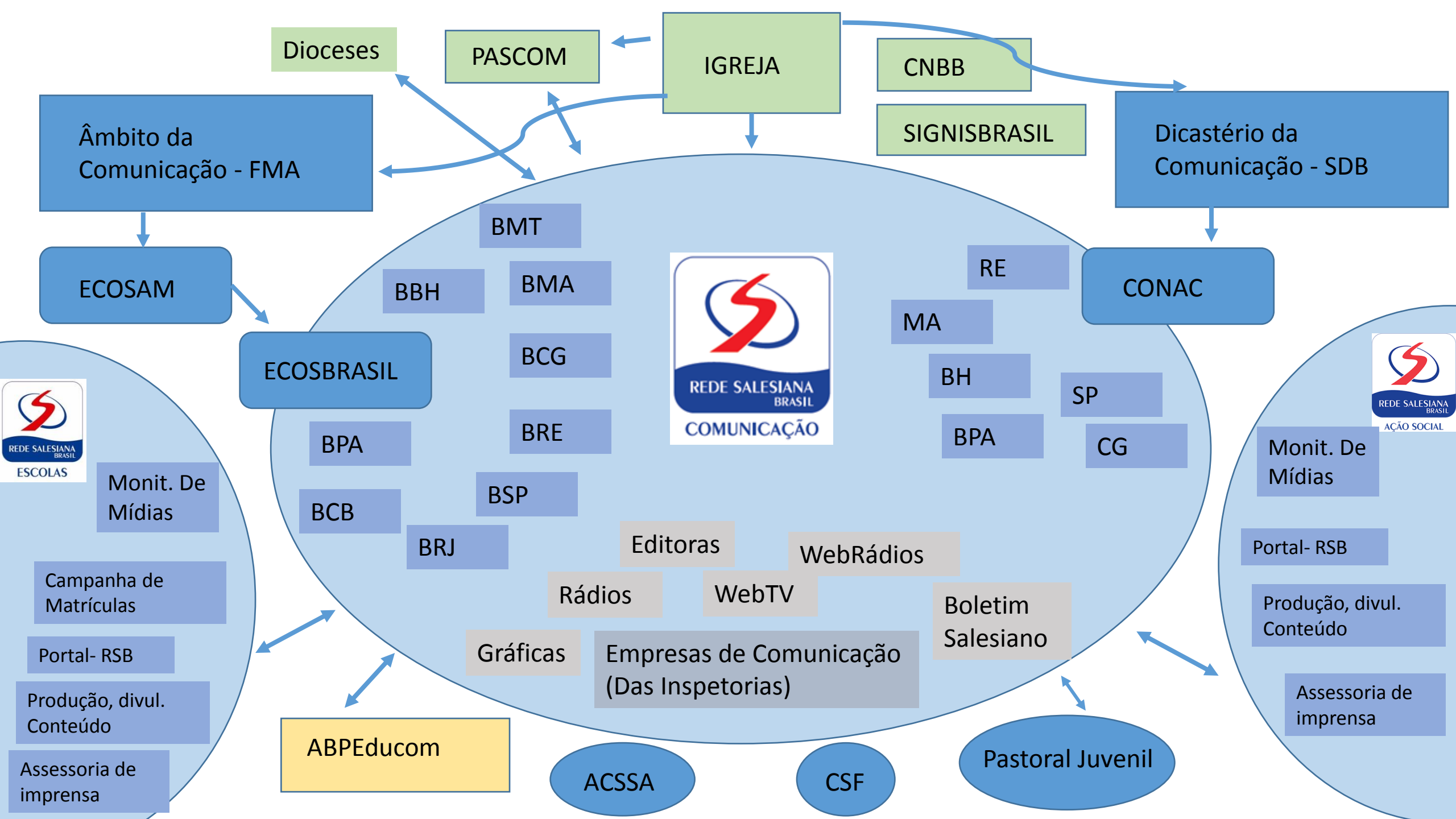
ENSINO SUPERIOR



PARÓQUIAS



PASTORAL JUVENIL  
SALESIANA



Dioceses

PASCOM

IGREJA

CNBB

SIGNISBRASIL

Âmbito da Comunicação - FMA

Dicastério da Comunicação - SDB

ECOSAM

ECOSBRASIL

CONAC



BMT

BBH

BMA

RE

BCG

MA

BH

SP

BRE

BPA

CG

BPA

BSP

BCB

BRJ

Editoras

WebRádios

Rádios

WebTV

Boletim Salesiano

Gráficas

Empresas de Comunicação (Das Inspetorias)



Monit. De Mídias

Campanha de Matrículas

Portal- RSB

Produção, divul. Conteúdo

Assessoria de imprensa



Monit. De Mídias

Portal- RSB

Produção, divul. Conteúdo

Assessoria de imprensa

ABPEducom

ACSSA

CSF

Pastoral Juvenil

# Por que uma única rede?



- Modelo de comunhão no sentido de trabalhar em rede somando forças, tendo em vista o fortalecimento do carisma educativo-evangelizador-comunicador;
- Opção das FMA e SDB: organismo criado pelos Inspetores e Inspetoras do Brasil e apoiado pelos dois Institutos;
- Forma de posicionar-se no mercado e na sociedade em geral, enquanto Missão Salesiana no Brasil;
- Forma de responder às exigências do mundo atual, oportunizando qualificação dos serviços, formação continuadas, projetos integrados;
- Estratégia de fortalecimento da identidade visual, favorecendo uma visão mais abrangente da missão salesiana;



Vídeo institucional

# RSB- Instituição à qual eu pertença?

- **Tomamos consciência de que fazemos parte de um movimento muito maior?**
- **Por que as grandes empresas se fundem e formam grandes conglomerados?**
- **É possível sobreviver sozinhos?**
- **É possível manter uma unidade?**
- **O que significa trabalhar em rede? Ser rede?**

Vídeo Natura

# RSB - Comunicação

# Tema 2: Gestão da Comunicação

- Diretrizes Nacionais da Comunicação;
- Manual de Redação RSB;

# Tema 2: Gestão da Comunicação

- Leitura do documento: Diretrizes Nacionais da Comunicação
- Partilha:
- Aspectos a serem destacados:

- As diretrizes são orientações válidas para todas as instâncias da Comunicação Salesiana no Brasil, é um documento basilar, aprovado em assembleia e pelo Dicastério dos SDB e do Âmbito das FMA;
- O documento apresenta um modelo de Comunicação definido através de políticas. Estas deverão ser objeto de estudo por parte de todos os comunicadores, de modo que aos poucos possa ser uma prática comum em todas as unidades;

- Missão

Promover a missão educativo-pastoral salesiana no Brasil, do ponto de vista da comunicação, como essência do carisma salesiano.

- Visão

Consolidar-se como rede, tornando-se referência em Comunicação para os agentes educativo-pastorais;



## Valores

- **SOLIDARIEDADE:** atuação pautada na fraternidade, na reciprocidade, na gratuidade e no compromisso com as urgências da realidade.
- **DIREITOS HUMANOS:** promoção do direito de comunicar, especialmente para os mais pobres.
- **TESTEMUNHO VOCACIONAL:** o projeto comunicacional (em todos os níveis) suscita a construção de um vasto movimento no estilo de Dom Bosco.
- **EVANGELIZAÇÃO-EDUCAÇÃO:** Evangelizar educando e educar evangelizando sintetiza a atividade salesiana, também no âmbito da comunicação.
- **SISTEMA PREVENTIVO:** Educação centrada na pessoa e na promoção da vida pela razão, mais fé e amabilidade. Acolhida alegre e confiante, presença amiga, acompanhamento e valorização do ambiente educativo.

## Crítérios

- **ÉTICA:** Compromisso com os valores autenticamente humanos, evangélicos e transparência de atitudes na construção da cidadania;
- **ENCARNAÇÃO-** O carisma juvenil e popular da vida salesiana orienta o trabalho comunicativo da comunidade e de cada comunicador;
- **RESPONSABILIDADE SOCIAL-** Cuidado para que todas as ações tenham como fim o bem comum, tanto do público interno quanto externo;
- **TRANSPARÊNCIA:** Empenho de informar tudo aquilo que seja do interesse de todos os que compartilham da missão salesiana, procurando agir e difundir a “verdade”;
- **COMPETÊNCIA:** Audácia e empenho na qualidade da formação pessoal, profissional e relacional, capacidade de responder significativamente à missão, com criatividade empreendedora, dinâmica e participativa;



## Objetivo Geral

Fortalecer os processos de comunicação salesiana a serviço da evangelização e educação das juventudes, a partir de perspectivas e orientações institucionais.

## Objetivos Específicos:

- Organizar e propor diretrizes e políticas de comunicação e marketing para as obras salesianas. (Animação)
- Promover, associada às práticas mercadológicas, o marketing da Instituição com vistas a torná-la competitiva e atraente. (Informação e Produção)
- Zelar pela imagem salesiana perante a Igreja e a sociedade. (Animação)
- Promover a comunicação como ecossistema, valorizando a cultura do encontro, nas dimensões da missão salesiana. (Animação)
- Gerenciar processos de comunicação em nível nacional, tendo presentes a organização, o planejamento, o acompanhamento e a avaliação dos respectivos processos.
- Garantir a gestão da informação com foco na comunicação institucional. (Informação)
- Contribuir para a formação e qualificação dos membros das comunidades educativo-pastorais, na perspectiva da comunicação. (Formação)

- Ampliar, de modo significativo e educativo, a presença salesiana no mundo digital, habitado particularmente pelos jovens. (Animação, informação, produção)
- Incentivar a produção de conteúdos pelos educadores e jovens de obras salesianas, destacando seu protagonismo como agentes educadores, a serviço da missão. (Produção)
- Promover a integração das empresas, instituições e grupos salesianos de comunicação, em vista do fortalecimento da missão salesiana em rede. (Animação)
- Promover, de forma articulada, o cuidado dos bens artísticos e culturais salesianos e a sua promoção como riqueza e patrimônio da Família Salesiana em favor da missão. (Bens artísticos e culturais)



# Conceitos Básicos:

## Comunicação

Um sistema de relações marcado pelo diálogo e reciprocidade, com o objetivo primordial de criar comunhão, estabelecer vínculos de relações, promover o bem comum, o serviço e o diálogo na comunidade.

A comunicação salesiana se fundamenta em uma espiritualidade que ilumina a forma como os fatos são narrados, transmitidos e compartilhados, é, portanto, uma mística assumida por todos os envolvidos no processo educativo.

# Conceitos Básicos:

## Rede

Um sistema de nódulos e elos; uma estrutura que não corresponde necessariamente a um espaço físico, mas que se capilariza por meio de um sistema de relações entre pessoas, grupos e instituições diversas. Neste sentido, pode ser constituída, ainda, por um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida em que são fortalecidas por ele, permitindo-lhe expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável.



# Conceitos Básicos:

## Rede Salesiana de Comunicação

Um sistema de relações que busca animar e gerenciar processos comunicativos em nível nacional em sinergia com as outras redes e centros de serviços, de acordo com as necessidades da missão educativo pastoral salesiana.

Tem a responsabilidade de manter os elos entre as diferentes instituições que fazem parte da RSB, permitindo um fluxo constante de informações e favorecendo a profissionalização de serviços e processos desenvolvidos.

# Conceitos Básicos:

Ecosistema  
Educomunica  
tivo

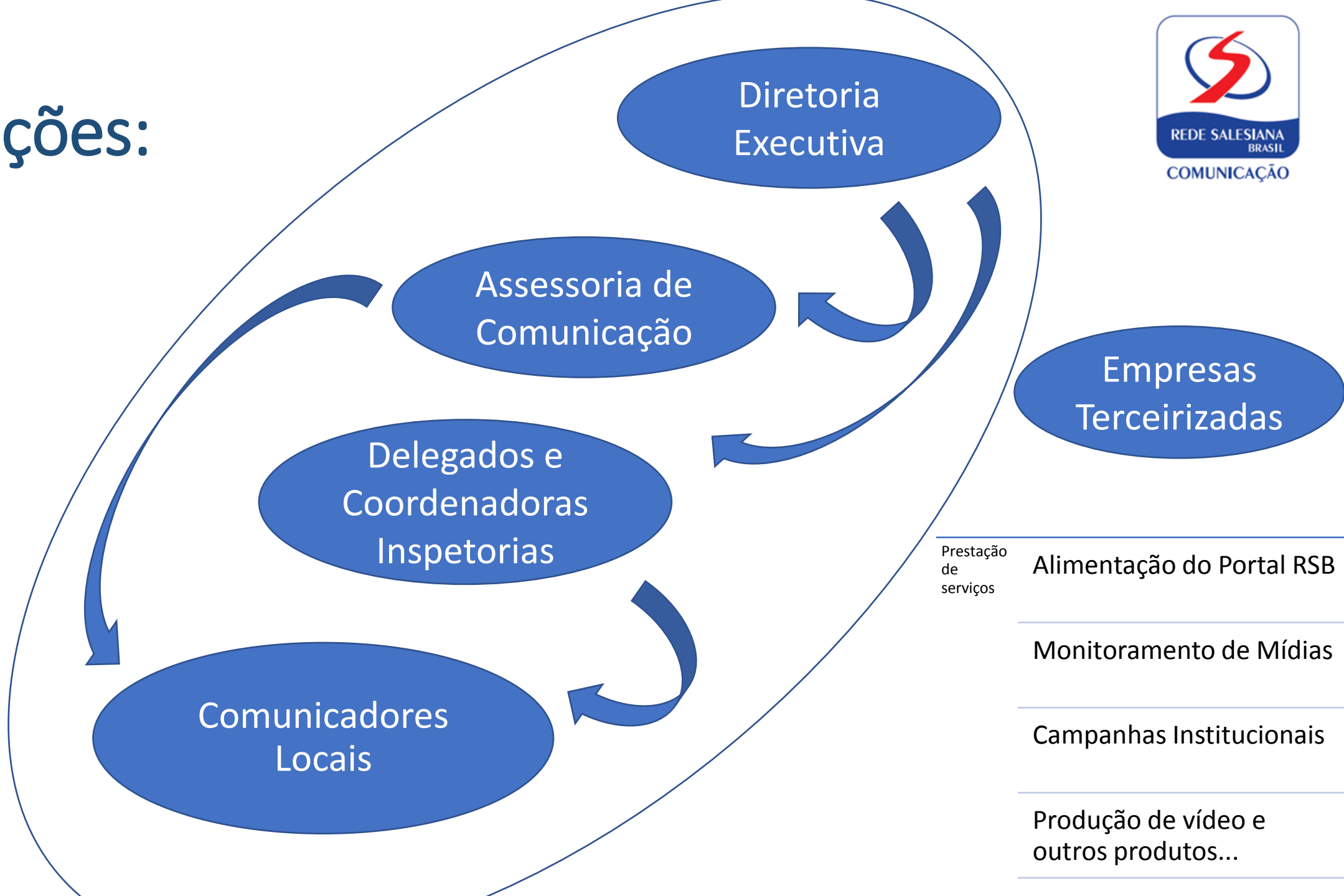
Espaços educativos ancorados na pedagogia da bondade que tem como base a confiança no ser humano, sendo um elemento essencial da espiritualidade educativa salesiana.

O ambiente educativo, o clima de família, o trabalho em equipe. Cada obra nossa pode considerar-se um ecossistema no qual a Comunidade educativa, todos os ambientes educativos são elementos constitutivos essenciais e alimentam o clima que facilita o processo educativo”.

# Estrutura da RSB - Comunicação

- Em nível nacional, pela atuação da Direção Executiva e do Conselho Nacional da RESCOM, integrado pelos delegados/coordenadores inspetoriais SDB e FMA, com o apoio da Assessoria de Comunicação e da Equipe de Comunicação Social das FMA e SDB, enquanto assessoria permanente;
- Em nível inspetorial, pela atuação do Delegado(a)/Coordenador(a) e a equipe inspetorial de comunicação que animam e acompanham os processos comunicacionais na Inspeção e nas Presenças salesiana;
- Em nível Local, pela atuação dos responsáveis pela Comunicação de cada unidade.

# Funções:



Relações/Parcerias:

Áreas de Atuação:



# Manual de Redação RSB;



## LINHA EDITORIAL

- A RSB tem a Santíssima Trindade como modelo de perfeita comunicação, reconhece Deus como Pai e Criador, Jesus Cristo como Filho e Salvador e o Espírito Santo como inspirador e orientador. Dessa forma, segue os princípios evangélicos, as virtudes e o legado pedagógico-pastoral de seus santos fundadores, Dom Bosco e Madre Mazzarello.
- Através de seus canais de Comunicação, em especial o site e as redes sociais, mantém uma constante produção e edição de notícias, provenientes das diferentes frentes de trabalho que compõem a Missão Salesiana no Brasil. Para tanto, são respeitados critérios, valores e crenças que caracterizam a Comunicação Salesiana.
- Enquanto instituição que se fundamenta no Humanismo Cristão, todas as publicações partem do princípio da centralidade e respeito à pessoa, tomando como fundamento os direitos humanos, defendidos e anunciados sempre que necessários. Ao mesmo tempo, como parte da Igreja Católica, a RSB está alinhada com as orientações e posicionamentos da CNBB, procurando tecer um constante diálogo entre Igreja e Sociedade; Fé e Cultura.
- Sendo uma Instituição Confessional, está também aberta ao diálogo ecumênico e inter-religioso, impulsionando iniciativas que promovam o diálogo, a paz e o bem comum.

- A preocupação com a formação da Cidadania é também um dos princípios essenciais, de modo que, em tudo o que for publicado, deve estar presente o olhar crítico, as formas de relações humanizadoras e a dignidade humana, de modo a não compactuar com estruturas, situações ou fatos que não promovam a vida, e vida em abundância, conforme sinaliza o Evangelho. Por outro lado, a RSB não apresenta nenhuma ligação com partidos políticos, ou grupos de interesse econômico-financeiro, devendo manter-se neutra em seus canais de Comunicação. Sempre que for necessário manifestar-se sobre alguma situação política, ou de outra natureza, deve-se verificar antes o posicionamento da CNBB e do centro do governo do Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora e dos Salesianos de Dom Bosco.
- As publicações lançadas no portal devem passar antes por um processo de análise, a fim de evitar situações que possam de alguma forma comprometer a imagem da RSB, sendo vetada qualquer publicação que não esteja de acordo com as diretrizes da RSB, a linha editorial do portal e das redes sociais.

# Envio de Notícias:



## a) Contato para envio de notícias, fotos e formatos

- As notícias podem ser enviadas à redação através do e-mail [rsbinforma@rsb.org.br](mailto:rsbinforma@rsb.org.br). É importante que o responsável pela Comunicação de cada presença, seja Obra Social, Colégio, Universidade ou Paróquia, comunique sempre o nome completo e o município de sua unidade, lembrando sempre que a RSB é muito grande e tem muitas unidades homônimas no Brasil.
- As notícias devem estar em Word, sem fotos inseridas no documento, em fonte Times New Roman, 12, espaçamento de 1,5 cm entre linhas. Também podem ser enviadas no corpo do e-mail, em semelhante formato. As fotos devem estar em JPG e ter boa resolução (preferencialmente, acima de 500 px). Podem ser enviadas anexas ao e-mail ou com links abertos para download em discos virtuais (Google Drive, OneDrive, Dropbox, etc).
- Recomenda-se o envio de no mínimo 4 e no máximo 20 imagens para cada notícia, a fim de que haja maior número de opções para seleção.



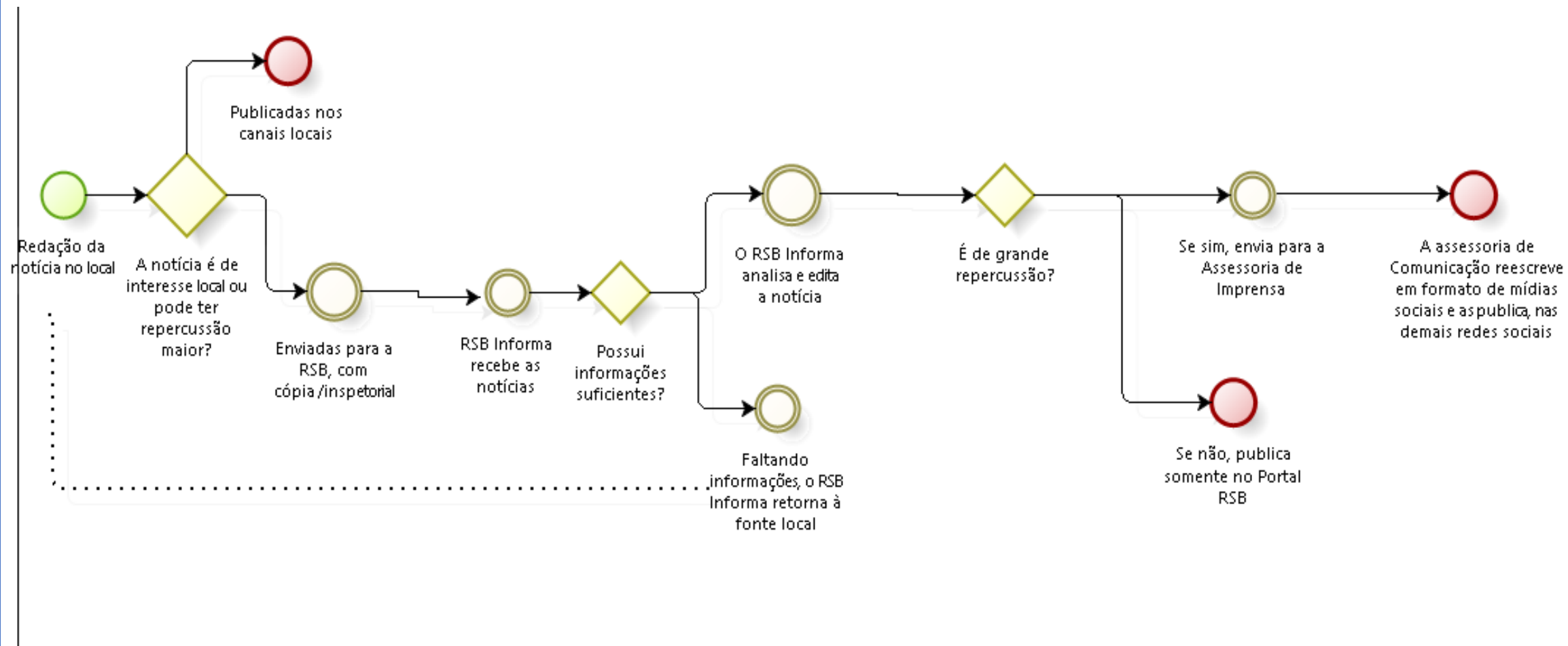
## **b) Prazos e número de notícias**

- As notícias podem ser enviadas diariamente e serão publicadas ao longo da semana ou do mês, conforme planejamento interno. Para entrarem na newsletter, as notícias devem ser enviadas até um dia de antecedência da publicação do boletim, o que acontece sempre às quartas-feiras.
- Devido ao grande volume de sugestões recebidas, o ideal é que sejam selecionadas duas a quatro notícias para envio à RSB, as mais relevantes da semana.
- A equipe se reserva ao direito de selecionar as notícias conforme os critérios de redação e editar o material recebido, buscando sempre maior clareza e adequação ao portal RSB.

### c) Fluxograma do envio de notícias:

- **Produção da notícia no local** - os comunicadores locais enviam as notícias para o portal RSB no e-mail [rsbinforma@rsb.org.br](mailto:rsbinforma@rsb.org.br), colocando sempre em cópia comum para o delegado(a) ou coordenador (a) de Comunicação Inspetorial;
- **Delegados/coordenadores inspetoriais**- Acompanham o envio das notícias locais e responsabilizam-se pelo envio de notícias em inspetorial ou regional;
- **RSB Informa**- seleciona, edita, publica as notícias pertinentes, seleciona as que serão importantes para a publicação nas redes sociais e encaminha para a assessoria de comunicação;
- **Assessoria de Comunicação**- Redige a notícia em formato para as redes sociais e as publica;

# Fluxograma:



## 4.2. Orientações de fotografia



As fotos enviadas para a RSB Comunicação devem observar os seguintes elementos:

- Significatividade:

As fotos contam, por meio da imagem, a história da notícia e devem refletir o que está dito em seu texto, evidenciando o tema central e mostrando expressões, pessoais e coletivas, que demonstrem a importância daquela atividade.

- Composição

Composição é a construção da “cena” da foto pelo fotógrafo. Algumas perguntas ajudam a elaborar uma melhor composição na hora de fotografar: Que tipo de lente usar e para qual finalidade? Quais elementos ficam e quais saem da cena? Quais vão ficar em evidência e quais não vão? Uso flash ou não? Em qual parte da cena eu posiciono o assunto principal? Deve-se valorizar aquilo que é positivo na cena.

É importante atentar-se a detalhes que “poluem” a cena e causam uma má impressão, por exemplo, lixeiras ou sujeira, pessoas fazendo gestos, expressões ou em posições que podem constrangê-las, constranger outras pessoas ou que podem gerar uma interpretação que vá contra os valores da RSB, detalhes de fundo que podem interferir ou chamar mais atenção que o objeto ou pessoas em primeiro plano.

- Enquadramento

Enquadramento é o posicionamento dos elementos (objetos ou pessoas) na cena. Orienta-se utilizar a câmera na posição paisagem (horizontal).

Outra orientação é utilizar a regra dos terços, que consiste em dividir a imagem em duas linhas horizontais e duas linhas verticais, em que os pontos de intersecção dessas linhas são os pontos em que os olhos mantêm maior atenção. Posicionar o elemento principal da foto em uma dessas posições chamará mais atenção. Por outro lado, posicionar o elemento principal no centro da foto não significa que a foto será mais equilibrada. Câmeras fotográficas e aparelhos celulares mais atuais já possuem essa opção em seus visores.

- Resolução

A resolução das fotos deve ser acima 1 mega ou 813 px .

### **4. 3 Adequação à Proposta Educativa Pastoral Salesiana**

Conforme apresentado na introdução do item Linha Editorial, as publicações da RSB devem estar sempre em consonância com os valores que nos identificam como instituições educativas salesianas: a busca do protagonismo dos jovens, o objetivo de formar bons cristãos e honestos cidadãos, a relação humana e afetiva dos educadores para com os alunos, a celebração dos direitos humanos e da cidadania, a solidariedade e o amor ao próximo, além da preparação de excelência para o mercado. Recomenda-se, na seleção e preparo das notícias, a observação dos valores que compõem a identidade salesiana.

## 4.3 Abrangência

Uma notícia abrangente tem relevância para toda a Rede, às vezes, por um aspecto comum, que nos identifica como participantes da Comunidade da RSB, outras, por um aspecto singular, que compartilhe uma experiência única e que possa ser reaplicada em diferentes lugares.

Pode ser um projeto pedagógico ou de pastoral, uma ação social que seja um bom exemplo à Família Salesiana e sociedade, um encontro que reúna alunos e/ou educadores, religiosos, profissionais de diferentes áreas de mais de uma unidade, uma premiação municipal, estadual ou nacional, experiências de uso do material didático da Edebê, entre outras.



## Exemplos de notícias de interesse local:

- Início do ano letivo ou das atividades de determinado grupo.
- Reuniões de pais (quando os assuntos tratados se limitarem à rotina escolar).
- Aniversário de educadores, educandos, religiosos ou diretores.
- Reformas simples na estrutura, como pintura e alteração no ginásio de esportes.
- Posse de diretores.
- Bailes e cerimônias de conclusão de curso.
- Etapas locais de olimpíadas de conhecimento (Olimpíadas de Matemática, de Física, etc.) ou de outros concursos.
- Promoção realizada na Paróquia;
- Doações realizadas para a obra local, a menos que seja algo de grande repercussão;
- Lista de aprovados de vestibulares, exceto quando o aluno se destacar (1º a 5º lugares), conforme critério dos editores.
- Posse de grêmios, atividades locais de solidariedade, apresentações, bons-dias e boas-tardes, campeonatos esportivos internos.
- Entrevistas com alunos, educadores e diretores sem razão aparente.



## 4.4 Atualidade dos fatos

A RSB publica notícias diariamente no portal e redes sociais. Por isso, é importante que sejam divulgadas notícias que se refiram a fatos recentes, principalmente no que diz respeito a eventos. Não se deve passar a impressão de que os canais da RSB estão desatualizados. Dessa forma, recomenda-se dar preferência a notícias que tenham ocorrido há no máximo uma semana. Claro que isso se refere a matérias factuais. Vale lembrar que, em caso de entrevistas ou experiências pedagógicas, assistenciais e projetos contínuos, a data não será critério de seleção.

**4.5 Direitos Autorais** Deve-se estar atento à legislação de Direitos Autorais vigente, consolidada na Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, no que diz respeito ao controle do uso das obras de outros autores, criadores, tradutores, pesquisadores e artistas para garantir aos mesmos os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criaram. Sendo assim, toda a reprodução sem autorização do titular dos direitos autorais ou do detentor dos direitos de reprodução, ou fora das estipulações legais, constitui ato ilícito civil e penal. Do mesmo modo não está autorizada a utilização de qualquer obra da qual se desconheça a origem.

- Direito de imagem:

É recomendado que todas as pessoas tenham previamente autorizado a veiculação da sua imagem na presença de origem, conforme a orientação do departamento jurídico de cada Inspetoria. Vide modelo abaixo:

- *Modelo de cláusula de liberação de imagem:*
- *O **ATENDIDO** cede à **INSPETORIA**, gratuitamente, de modo não exclusivo, o direito de uso e divulgação da imagem e áudio do ATENDIDO em comerciais, gravações e materiais de publicidade em geral, página eletrônica da INSPETORIA e/ou de qualquer uma de suas filiais, revistas publicadas pela INSPETORIA e/ou por qualquer entidade vinculada à INSPETORIA, bem como em itens promocionais diversos (bonés, camisetas, chaveiros e outros), entre outros, permitindo e autorizando, ainda, quaisquer reproduções daí derivadas, incluindo projetos conduzidos pelas unidades.*
- **Observação:** O direito da imagem é cedido à unidade educativa em questão, ou seja, somente ela tem direito de publicar fotos das pessoas que assinaram o termo de liberação de imagem. Educadores, religiosos ou outros funcionários não podem publicar em suas próprias redes sociais imagens da unidade educativa ou religiosa. Podem apenas curtir ou compartilhar em suas redes. A RSB não se responsabiliza pelo uso da imagem por seus funcionários ou componentes.

- **4.6 Outros critérios jornalísticos**

- Noticiabilidade
- Clareza
- Objetividade
- Uso da norma culta da língua
- Frases curtas
- Adequação ao público
-



## ACESSE O SITE DESEJADO

RSB  
**ENSINO SUPERIOR**



RSB  
**ESCOLAS**



RSB  
**COMUNICAÇÃO**



RSB  
**SOCIAL**



# Portal RSB:



- O Portal RSB tem o objetivo de **comunicar, em tempo hábil e com qualidade, os fatos mais relevantes que acontecem nas comunidades educativas pastorais da Rede Salesiana Brasil ou que interessem a elas.**
- O portal não se limita a divulgação do que vem sendo realizado nas unidades salesianas de forma interna, mas tem também o objetivo de formar um conceito relativo à opinião pública no que diz respeito à missão salesiana. O portal é uma grande janela para que a Rede esteja aberta todo o tempo a quem deseja saber mais sobre como são nossas obras e porque elas são um trabalho de referência educativa e pastoral. Sendo assim, aos que contribuem com o envio de notícias, é importante que selecionem atentamente as pautas e notícias para envio à RSB, privilegiando aquelas que forem mais abrangentes.
- O objetivo do RSB notícias é **ter a colaboração de todas as inspetorias e regiões, tentando equilibrar, na medida do possível, o número de notícias das diferentes presenças.**
- Contudo, tendo em vista a amplitude da RSB, e até para os leitores terem possibilidade de acompanhar as matérias e encontrarem leituras de qualidade, o trabalho de apuração, edição e seleção de pautas e notícias se faz essencial.

- A redação do informativo se norteia pelos seguintes critérios.
- **Adequação aos sites do portal**
- **Características da notícia para o Portal RSB**
- **Atenção à impessoalidade nas notícias**
- **Textos Opinativos**

# Redes Sociais - RSB:





## 5.2.1 Posicionamento institucional nas redes:

- Tem por finalidade:

“Tornar a RSB uma rede de referência em educação, ação social e evangelização para a mídia;”

### a) Públicos das redes sociais

- As publicações nas redes sociais da RSB precisam levar em consideração o público ao qual se destina. Isto é importante para que aconteça uma adequação da linguagem e para que as ações realizadas alcancem o objetivo proposto. Assim, através de estudo e monitoramento das mídias, chegou-se a seguinte definição do público - alvo:
- **Interno-** Predominantemente educadores, religiosos (as), pais e colaboradores em geral; Indiretamente os jovens e adolescentes, e os coordenadores de comunicação;
- **Externo-** Ex-alunos, familiares, potenciais pais de alunos, mídias, benfeitores, pessoas que compartilham o carisma, Família Salesiana;

### b) Detalhamento do público de cada rede

## **Elementos a serem considerados nas redes sociais:**

- **Relevância do conteúdo**
- **Interatividade**



Rede Salesiana Brasil

@redesalesiana

Página inicial

Sobre

Fotos

Curtidas

Eventos

Vídeos

Publicações



# REDE SALESIANA BRASIL

*Escolas, Obras Sociais, Ensino Superior,  
Comunicação, Pastoral Juvenil...*



Curtiu ▾



Seguindo ▾



Compartilhar



Enviar mensagem ✎



Escreva algo...



Educação

62% de taxa de resposta, tempo de resposta de 1 dia ▾

Responda mais rápido para ativar o atalho



12 mil curtidas +24 esta semana

<https://www.facebook.com/110234339103967/photos/1132750166852374/>



Thymus - Natura ....mp4 ^



Pergunte-me alguma coisa



## Orientações específicas para cada rede social:

- **Facebook**

- O uso desta rede social tem a finalidade de gerar sentido de pertencimento à Missão Salesiana, dar visibilidade às ações da Rede Salesiana Brasil e estar em contato direto com o público salesiano. No Brasil, a rede social tem mais de 91 milhões de usuários conectados, e, segundo dados divulgados pelo Facebook, 8 em cada 10 brasileiros possuem conta na rede social.
- Aspectos a serem considerados nas postagens:
- **Publicação de vídeos-** Devem ter no máximo 60', que apresentem qualidade do serviço realizado pela RSB, transmitam a importância do trabalho educativo e evangelizador nas obras específicas e a influência da missão salesiana na transformação da sociedade.

- **Notícias:** As notícias mais relevantes que já foram publicadas no Portal RSB podem ser selecionadas para o Facebook. Porém, não será feita a replicação da notícia, esta deve ser reescrita de forma breve, numa linguagem mais informal e que aproxime o leitor. A postagem do link do site onde foi publicada anteriormente permitirá ao leitor aprofundar o conteúdo da notícia, caso sinta interesse, gerando também maior acesso nos outros canais. As notícias sempre devem vir acompanhadas de fotos e hashtags.
- **Linguagem:** Pode ser utilizada uma linguagem mais informal, que aproxime a RSB do público, dando sempre o tom de familiaridade. Porém, sem descuidar das normas gramaticais e ortográficas.
- **Fotos:** Sempre de alta qualidade, preferencialmente no formato PNG. As fotos publicadas nas redes sociais devem ser postadas com a inserção da logo da RSB, de modo que esta se torne cada vez mais conhecida, tanto pelo público interno quanto externo. Aspectos que devem ser observados nas imagens:

- ser chamativa e clara, inclusive quando vista em tamanho menor;
- ser diretamente relevante para o público da RSB;
- ser simples, sem detalhes muito pequenos ou textos;
- Destaque para imagens de pessoas, focalizadas no rosto, em especial jovens e crianças;
- imagens com cores contrastantes tem maior impacto;
- postagens com datas religiosas, especialmente as datas salesianas, que transmitam os valores cristãos;
- Sempre creditar a imagem, com o nome e sobrenome do fotógrafo, a fim de evitar problemas de direitos autorais (Cuidado com direito de imagem / principalmente de crianças e adolescentes.)
- Obs. Em anexo, serão enviado os templates para formatação das imagens do Facebook.

# REDE SALESIANA BRASIL

*Escolas, Obras Sociais, Ensino Superior  
Comunicação, Pastoral Juvenil*



TWEETS **6.415** SEGUINDO **831** SEGUIDORES **1.298** CURTIDAS **483**

**Seguindo** 

## Rede Salesiana Brasi

@redesalesiana

Este é o perfil oficial da RSB. Aqui você encontra informações sobre as nossas diversas redes: de Escolas, Ação Social, Ensino Superior, Comunicação e Pastoral

Tweets Tweets e respostas Mídia

 **Rede Salesiana Brasi** @redesalesiana · 17 h  
Salesianos realizam via-sacra pelas ruas de Manicoré. Veja mais: [goo.gl/W4gCWP](http://goo.gl/W4gCWP) #salesianos #rsb #semanasanta #viasacra



Quem seguir · Atualizar · Ver todos

-  **Cristina Kirchner** @CF...   

-  **CNN en Español** @CN...   


## b) Twitter

- Embora o Twitter seja menos utilizado que o facebook, é um espaço importante para dar visibilidade à marca e gerar engajamento. Para tanto, vale a pena ter presente alguns elementos:
- O Twitter precisa de: conteúdo atualizado e relevante, postagens curtas, por isso com título muito interessante e imagens atrativas para aquele público específico. O usuário deve sentir-se atraído a abrir o link e compartilhá-lo.
- O uso de hashtags (#) para indexar o conteúdo e facilitar a viralização é essencial, porém sem excessos. Esta ferramenta é ótima para realizar pesquisas direcionadas e encontrar as pessoas que se interessam por determinados assuntos.
- Acompanhar o dia a dia da rede, para valorizar o retweet (RT) e likes, permite ampliar o número de seguidores.
- Manter relacionamento permanente com os usuários.
- O Retweet é uma ferramenta incrível para criar um certo relacionamento com seus seguidores e demais perfis do Twitter. Para isso, deve-se procurar pelas [hashtags](#) que tenham ligação com a missão salesiana e encontrar os melhores tweets que possam ser retweetados .



- Utilizar o recurso de fazer perguntas para a sua audiência é mais uma forma de provocar o envolvimento das pessoas que se deparam com seu perfil no Twitter. Atualmente as pessoas utilizam a internet mais do que como um simples meio para se informar dos últimos acontecimentos. As pessoas querem dar as suas opiniões e saber o que as pessoas e marcas pensam a respeito de determinado tipo de assunto. Mas, para que esta estratégia dê certo, é importantíssimo que cada interação seja respondida.
- Ao dispor o conteúdo em ordem cronológica na timeline dos usuários (ao contrário do Facebook), o Twitter permite acompanhar e comentar eventos que ocorrem em tempo real. Notícias, shows, programas de televisão e acontecimentos esportivos são alguns dos exemplos aos quais deve-se ficar atento. Nesses momentos, o Twitter apresenta altos níveis de participação. Eventos salesianos podem ser noticiados em tempo real pelo twitter, para tanto é importante o diálogo entre a Assessoria de Comunicação da RSB com as unidades locais.

- Início
- Meu canal
- Em alta
- Inscrições

- BIBLIOTECA**
- Histórico
  - Assistir mais tarde
  - Vídeos marcados com...

- INSCRIÇÕES**
- ihucomunica
  - Rede Salesiana B... 2
  - Rede Salesiana de Esc...

- Procurar canais
- YouTube Filmes



# REDE SALESIANA BRASIL

*Escolas, Obras Sociais, Ensino Superior  
Comunicação, Pastoral Juvenil*



## Rede Salesiana Brasil - RSB

Inscrito 291

- Início
- Vídeos
- Playlists
- Canais
- Discussão
- Sobre

Todas as atividades

Rede Salesiana Brasil - RSB enviou um vídeo 1 semana atrás

19:34

**Elaboração de questões para avaliação de competências e habilidades Prof Girlene Bloco 2**

Rede Salesiana Brasil - RSB  
1 semana atrás • 201 visualizações

---

Rede Salesiana Brasil - RSB enviou um vídeo 1 semana atrás

**Elaboração de questões para avaliação de competências e habilidades Prof**

### Canais famosos

- Assombrado.com.br | Inscrever-se
- poligonautas ✓ Inscrever-se
- Me Salva! ✓ Inscrever-se
- Nerdologia ✓ Inscrever-se
- Dr. Sandra Lee (aka ...)

## c) Youtube

- Os vídeos publicados no Canal do Youtube serão inseridos pela Assessoria de Comunicação. Sempre que for produzido um vídeo que seja de interesse geral do público da RSB, este poderá ser inserido em seu canal, desde que obedeça aos padrões de qualidade e tenha conteúdo relevante em âmbito nacional. Para tanto, deve ser enviado com uma breve descrição do que, como, quando e onde aconteceu.
- Os vídeos produzidos pela RSB terão uma abertura e fechamento padrão, de modo que a identidade visual seja comum em todas as postagens.
- Alguns critérios devem ser observados para que os melhores resultados sejam alcançados:
- **Conteúdo:** a relevância do conteúdo é o primeiro critério a ser observado. O canal da RSB deve ser visto como um espaço de difusão do conhecimento, relativo à educação e evangelização da juventude;
- **Clareza:** Linguagem objetiva, curta e de fácil compreensão é essencial num mundo em que o tempo é escasso para todas as pessoas;

- **Storytelling:** contar histórias de forma curta e divertida são uma maneira de aproximar-se do público. Temas importantes a serem discutidos no ambiente educativo pastoral podem ser apresentado em forma de Storytelling;
- **Tutorial:** a apresentação de tutoriais é sempre um elemento de utilidade pública e podem ser também uma forma de disseminação e democratização do conhecimento;
- **Descrição detalhada:** Todos os vídeos devem ser descritos, de modo que quem acesso o canal possa ter uma ideia clara e objetiva do que o vídeo apresenta;
- **Riqueza de imagens e de movimento:** O diferencial de uma vídeo é que a linguagem oral ou escrita pode se complementar com a os diferentes recursos visuais. Isso deve ser levado em consideração mesmo quando um público alvo é adulto. Utilizar um vídeo como se fosse um áudio é desperdiçar um grande potencial de produção audiovisual que poderia ter uma alta repercussão.
- **Interação:** Especialmente nos vídeos institucionais é altamente recomendado que o conteúdo transmitido provoque a interação das pessoas. O potencial de viralizar um vídeo é muito maior quando provoca interação;



redesalesianabrasil

Seguindo



859 publicações

1.283 seguidores

seguindo 807

Rede Salesiana Brasil Bem-vindo ao perfil oficial da RSB no Instagram. [www.rsb.org.br](http://www.rsb.org.br)



## d) Instagram

- O Instagram é uma rede social que vem crescendo a cada dia no Brasil e no mundo. É de grande importância para a construção da imagem de qualquer instituição e, por isso, deve ser bem utilizado pela RSB.
- **Construção da imagem:** As imagens dizem muito sobre a identidade da instituição. Pode ser uma ferramenta essencial para transmitir um conceito, provocar sentimento de pertença e de proximidade. Considerando que o Carisma Salesiano é centralizado no trabalho com a juventude, há uma grande possibilidade de falar com e sobre a juventude, numa linguagem que vai além das palavras.
- **Criação de histórias:** Usar pessoas comuns, contar histórias e publicar imagens inéditas atrai pessoas no Instagram, porque se insere em seu cotidiano, é rápido, agrada aos olhos e é fácil de curtir. Sequência de imagens que são ligadas por um mesmo tempo também despertam o interesse e fazem o seguidor aguardar a próxima.
- **Mostrar os bastidores:** Publicar imagens do que acontece por trás dos grandes eventos, as equipes de trabalho, o envolvimento e preparação dos detalhes pode ser uma oportunidade de envolvimento dos seguidores. Criam proximidade e familiaridade com o público.

- **Uma imagem vale mais que mil palavras:** Textos devem ser curtos e objetivos, no Instagram há milhares de fotos sendo compartilhadas, só serão vistas as que forem realmente atrativas. Dificilmente as pessoas prestam atenção aos textos. Ao menos num primeiro momento. Quanto mais as fotos despertarem emoções, sentimentos e valores, maior a probabilidade de ser percebida pelas pessoas. O uso de filtro, quando bem utilizado, faz toda a diferença. Considerando que o carisma salesiano trata essencialmente da alegria pela vida, do entusiasmo, do otimismo, há grandes possibilidades de publicações significativas e que favoreçam a imagem da RSB.
- **Envolvimento:** Criar situações em que as pessoas tenham que publicar fotos sobre um determinado tema ou lançar o desafio para dar o nome a determinada imagem podem ser formas de gerar engajamento.
- **Uso de Tags-** Assim como o facebook e twitter, o Instagram também utiliza-se de Tags. Ao colocar o símbolo da hashtag (#), o usuário consegue agrupar suas fotos, gerando uma maior facilidade nas buscas e visualização das mesmas. Se bem classificadas, as tags auxiliam no sistema de procura de pessoas que buscam por informações relevantes sobre o mercado imobiliário. Ao colocar o símbolo da hashtag (#), o usuário consegue agrupar suas fotos, gerando uma maior facilidade nas buscas e visualização das mesmas. Se bem classificadas, as tags auxiliam a difundir informações importantes sobre a missão salesiana.

- **Forma de publicação no Instagram da RSB:** As imagens do instagram serão publicadas pela Assessoria de Comunicação, seguindo os critérios acima mencionados, serão compartilhadas as imagens que melhor ilustram a missão salesiana nas mais diversas áreas de atuação e de localização geográfica no Brasil. As imagens poderão ser compartilhadas mediante a escolha diretamente no flickr da RSB ou poderão ser enviadas para o e-mail: [assessoriacomunicacao@rsb.org.br](mailto:assessoriacomunicacao@rsb.org.br)



## Recomendações para as redes sociais locais:

- Fazer um estudo sobre o perfil do público de rede: São pais? Alunos? Idade? Sexo? Estilo de vida? Interesse?
- A partir da identificação do público:
- Que tipo de postagens possuem maior repercussão?
- Como transmitir o que se quer da forma como o público quer ouvir?
- Compartilhar tudo o que for possível da RSB;
- Tomar cuidado com a identidade visual, para que não perca a unidade;

# *Educomunicação: conquistas e desafios*

- **Educomunicação:**

*A educomunicação* orienta as comunidades educativas a assumirem com maior consciência os aspectos comunicativos do Sistema Preventivo, a entrarem com competência na nova cultura digital e a criarem ecossistemas comunicativos ricos de diálogo e propícios ao desenvolvimento do protagonismo juvenil.

# *Educomunicação: conquistas e desafios*

- Mas e na prática como acontece?

Educomunicação- como prática transversal

Educomunicação- como projetos específicos

# *Educomunicação: conquistas e desafios*

- **O que caracteriza um projeto educacional?**
- A participação efetiva de todos os envolvidos- Planejamento, execução, avaliação;
- Intencionalidade educacional- ter uma finalidade educativa, ou seja, comunicação e educação devem caminhar juntos;
- Repercussão social, um olhar voltado para a construção da cidadania;
- Metodologia- dialógica, crítica, participativa;
- A ênfase nas habilidades comunicativas e relacionais;
- O protagonismo dos envolvidos;

# *Educomunicação: conquistas e desafios*

- **Apresentação dos projetos educacionais selecionados;**
- **Debate a partir das experiências apresentadas;**