



MINISTÉRIO DOS DIREITOS HUMANOS

Estratégias de Comunicação do
CONANDA



Cooperação
**Representação
no Brasil**

Ministro de Estado dos Direitos Humanos

Gustavo do Vale Rocha

Secretário Executivo

Engels Augusto Muniz

Secretário Executivo Adjunto

Marcelo Dias Varella

Secretário Nacional de Proteção dos Direitos da Criança e Adolescente

Luis Carlos Martins Alves Júnior

Consultoras responsáveis pelo conteúdo

Ana Cláudia Mariano de Castro

Carine Gomes Roos

Esta publicação tem a cooperação da UNESCO no âmbito do Projeto 914BRZ3010 (FORTALECIMENTO DOS MECANISMOS DE PARTICIPAÇÃO E CONTROLE SOCIAL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DIREITOS HUMANOS), que tem por objetivo fortalecer e dar maior efetividade aos mecanismos e instituições participativas que possibilitam a participação social e o controle das políticas de direitos humanos pela sociedade brasileira. As indicações de nomes e a apresentação do material ao longo desta publicação não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO e do MDH a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco da delimitação de suas fronteiras ou limites. As ideias e opiniões expressas nesta publicação são as dos autores e não refletem obrigatoriamente as da UNESCO ou as do MDH, nem comprometem a Organização ou o Ministério.

Ministério dos Direitos Humanos. Secretaria Nacional de Proteção dos Direitos da Criança e Adolescente.

Estratégias de Comunicação do CONANDA / elaboração de Ana Cláudia Mariano de Castro e Carine Gomes Roos – Documento eletrônico – Brasília: Ministério dos Direitos Humanos, 2018, 128 p.

Palavras Chave: Conanda. Capacitação. Criança e adolescente. Plano de Comunicação. Comunicação estratégica. Imprensa. Advocacy.

CDD: 350

CDU: 351

ÍNDICE

I. PROPOSTA DE CAPACITAÇÃO DE CONSELHEIROS DO CONANDA	6
1. APRESENTAÇÃO	7
2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS	9
2.1. O Mídia Training e a capacitação para a comunicação	9
3. PROJETO DE CAPACITAÇÃO DOS MEMBROS DO CONANDA PARA A COMUNICAÇÃO	13
3.1. Justificativa:.....	13
3.2. Objetivo Geral:	13
3.3. Objetivos específicos:	14
3.4. Público-Alvo:	14
3.5. Metodologia:	15
3.5.1. Programação	15
3.5.2. Descrição das atividades a serem desenvolvidas	18
4. INSTALAÇÕES E MONTAGEM	19
4.1. Hotel:	19
4.2. Local do evento:	19
4.3. Recursos Humanos:	21
4.4. Kits de apoio (didáticos):	21
4.5. Detalhamento dos Serviços.....	21
4.6. Vistoria do local.....	21
4.7. Avaliação do Evento:	22
4.8. Check -lists:	23
II. INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA	26
1. INTRODUÇÃO	27
2. CANAIS DE COMUNICAÇÃO	28
2.1. Site institucional.....	28
2.2. Newsletter	31

2.3. Mídias Sociais.....	32
3. AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	36
3.1. Relacionamento com a imprensa.....	36
3.2. Grupo de trabalho.....	37
3.3. Apoio à articulação e advocacy.....	37
3.4. Maior engajamento com a sociedade.....	40
4. CONSIDERAÇÕES.....	42
III. ATUALIZAÇÃO DAS PLATAFORMAS VIRTUAIS – CONANDA.....	43
1. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....	44
1.1. Sociedade e Participação.....	44
1.2. Comunicação.....	47
1.3. Tecnologia.....	49
1.4. Convergência de mídias.....	50
2. O PORTAL DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE.....	53
2.1. A importância do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente para a comunicação do Conanda.....	53
2.2. Diagnóstico da situação.....	54
3. REESTRUTURAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DO PORTAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE.....	55
3.1. Conteúdos estáticos e informativos.....	55
3.2. Conteúdos funcionais e interativos.....	60
3.3. Fluxos de Comunicação definidos para a gestão dos conteúdos digitais.....	61
3.3.1. Fluxo para a produção, publicação e compartilhamento de notícias, artigos, informes, notas e outros conteúdos multimídia em meios digitais (Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente, Redes sociais, Boletins):.....	61
3.3.2. Fluxo para a submissão de arquivos, documentos, publicações entre outros conteúdos na área restrita aos membros do Conanda no Portal dos Direitos da Criança e Adolescente e no Informe Conanda (informativo interno do Conanda).....	64
4. RECOMENDAÇÕES SOBRE A MODERNIZAÇÃO DO PORTAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE.....	66
IV. RELATÓRIO ANALÍTICO DE EXECUÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA.....	67
1. HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO DO CONANDA.....	68
1.1. A Comunicação do Conanda em 2016.....	68
1.2. A implementação do plano de comunicação do Conanda.....	69
1.3. Cronograma operacional.....	71

2. RELATÓRIO QUANTITATIVO DAS AÇÕES DE IMPLEMENTAÇÃO DAS ETAPAS 1 E 2 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA.....	73
2.1 - As ações estratégicas executadas	73
2.2. Produção de conteúdos em comunicação gerados a partir da implementação do plano de comunicação do Conanda	74
2.3. Produção de conteúdos para o Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente..	78
2.4. Produção de conteúdos para redes sociais	79
3. RELATÓRIO QUALITATIVO DAS AÇÕES DE IMPLEMENTAÇÃO DAS ETAPAS 1 E 2 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA	85
3.1. Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente:	85
3.2. Redes sociais:.....	86
4. MANUAL DE CONDUTA E DE GESTÃO DOS INSTRUMENTOS E FLUXOS DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA.....	87
4.1. Introdução	87
4.2. Missão, visão, valores do Conanda	87
4.3. Fluxos comunicativos do Conanda com a rede de promoção dos direitos da criança e do adolescente	90
4.4. Comunicações digitais	91
4.5. Comunicações internas	93
4.6. Comunicações com a imprensa	94
4.7. O Boletim do Conanda	97
4.7.1. Projeto editorial do Boletim	98
4.7.2. Projeto gráfico do Boletim.....	98
4.8. Critérios para a seleção de pautas e temas de interesse do Conanda.....	100
4.9. O Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente.....	103
4.9.1. Conteúdos estáticos e informativos	103
4.9.2. Conteúdos funcionais e interativos	107
4.10. Critérios editoriais para a gestão de conteúdos em redes sociais.....	109
4.10.1. Facebook:	109
4.10.2. Twitter:.....	111
4.10.3. You tube.....	113
4.10.4. Métricas a serem configuradas para monitoramento das publicações do Conanda nas redes sociais:.....	114
5. RELATÓRIO DE APLICAÇÃO DAS ORIENTAÇÕES GERAIS DO MANUAL NO CASO: CARAVANAS PELOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE	116
6. CONSIDERAÇÕES	121
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	122



I. Proposta de Capacitação de Conselheiros
do CONANDA

1. APRESENTAÇÃO

Este documento se refere ao terceiro produto da consultoria em comunicação, definido como: **“Documento técnico contendo proposta de capacitação dos conselheiros do Conanda sobre estratégias de comunicação institucional com o objetivo de garantir a interação desses atores com os processos e fluxos de comunicação”**.

Instituída no âmbito do Projeto de Cooperação UNESCO - 914BRZ3010, esta consultoria em comunicação tem como objetivo a elaboração de fluxo e avaliação da implementação e execução do Plano de Comunicação aprovado pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - Conanda e voltado para o fortalecimento dos mecanismos de participação.

Trabalhar especificamente a comunicação dirigida aos tipos de mídias e diversos públicos, mais do que uma tendência, diferencia e amplia o poder de mobilização e entendimento real do que se quer comunicar, bem como, contribui para a potencialização dos resultados a serem atingidos.

Esta consultoria em comunicação tem como objetivo propor soluções e trabalhar de forma a fornecer expertise relacionada às ações estratégicas em comunicação, auxiliando o Conanda na construção de métodos efetivos nas demandas relacionadas à comunicação, à participação e à mobilização dos públicos de interesse.

A fim de instrumentalizar o Conselho para a gestão da comunicação a partir das estratégias elencadas no plano de comunicação do Conanda, a consultoria apresenta neste Produto 3 uma proposta de capacitação em comunicação buscando assim mobilizar e envolver os conselheiros do Conanda, representantes de entidades atuantes na proteção, promoção e defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente no Brasil, com a rotina de comunicação aprovada pelo Conselho.

Esta consultoria sugere ainda que, para além de capacitar os membros do conselho, os treinamentos em comunicação sejam estendidos a outros públicos prioritários, como por exemplo: membros da Secretaria Executiva do Conanda, gestores dos Direitos da Criança e do Adolescente, e crianças e adolescentes que compõem instância de participação do Conselho, tendo em vista a necessidade de se subsidiar a aplicação do conceito de comunicação em rede, conforme previsto no plano de comunicação, e que sugere que estes e outros segmentos façam parte de redes de colaboração em comunicação para atuar no envio e troca de conteúdos acerca das temáticas de interesse do Conanda contribuindo portanto para a

formação do acervo de conteúdos a serem publicados nos meios comunicativos do Conselho.

Para tanto, estes públicos de interesse, principalmente os membros do Conselho, para figurar como redes de colaboração, precisam entender, mesmo que em linhas gerais, o que é a comunicação e a que se propõe o plano de comunicação do Conanda, incluindo os fluxos e processos estabelecidos, além das novas funcionalidades e possibilidades que esta comunicação disponibiliza ao Conselho. Assim, o Conanda poderá usufruir melhor das ferramentas, conteúdos e possibilidades apresentadas, utilizando melhor também esses recursos para a divulgação e a mobilização quanto às ações do Conanda, assim como, preparando porta-vozes, entre os membros do Conselho, para serem fontes de entrevistas e possibilitar o trabalho de relacionamento com a imprensa, fundamental para a complementação das atividades de implementação do Plano de Comunicação do Conanda, objeto desta consultoria.

2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Em revisão bibliográfica encontramos o conceito de *Mídia Training* como conceito mais citado em estudos que tratam de modelos de capacitação, específica, para a comunicação. Para tanto, esta será a base teórica utilizada para a fundamentação deste produto 3, não excluídos outros meios e quesitos importantes a serem abordados durante o treinamento proposto, haja vista a necessidade de se capacitar o Conselho, não só para o relacionamento com a imprensa, como também, para a proposta conceitual e específica da comunicação do Conanda.

2.1. O Mídia Training e a capacitação para a comunicação

Antes de iniciarmos tratando dos conceitos acerca da capacitação em comunicação proposta neste produto 3 e ao conceito de *Mídia Training*, especificamente, é importante realizar um resgate histórico e conhecer mais sobre a atividade de assessoria de comunicação, instância que é normalmente responsável pela aplicação das ações e rotina em comunicação nas organizações.

No Brasil a atividade de assessoria de comunicação ganhou espaço no mercado de trabalho a partir da década de 70, com a instalação das empresas multinacionais no país. Estas empresas trouxeram o serviço de comunicação empresarial, cujas atividades eram voltadas para a comunicação interna entre gestores, diretores e funcionários, além do relacionamento entre empresa e veículos de comunicação de massa. O advento das assessorias de comunicação, mais especificamente das assessorias de imprensa, revolucionaram as relações, e comunicações, entre empresas e veículos de imprensa como destaca Rivaldo Chinem, 2006:

As primeiras mudanças ocorrem pouco antes da informatização das redações [meados dos anos 70 - grifo nosso] quando as empresas jornalísticas passam a utilizar-se de 'estratégias de comunicação e persuasão' nos noticiários informativos, aceitando a mediação das assessorias de imprensa no fazer jornalístico. (CHINEM 2006, p. 20)

A informatização das empresas jornalísticas no Brasil, mas a partir da década de 80, contribui ainda para o enxugamento das redações, o que reduz os postos de trabalhos para os jornalistas nos veículos tradicionais, sobretudo, em pleno período de redemocratização política, fazendo com que muitos profissionais acostumados

a lidar com as atividades próprias das redações e da produção das notícias, passem a trabalhar em empresas dos setores públicos e privados.

As empresas, por sua vez, criam departamentos de comunicação social, relações públicas e assessoria de imprensa, com o objetivo de produzir conteúdos que contribuam para a disseminação de uma imagem positiva das organizações, ou do gestor, perante a sociedade. Para tanto, estes profissionais de comunicação passam a se utilizar da mídia para divulgar as pautas positivas, assim como materiais que minimizem situações negativas provocadas por crises e problemas no contexto empresarial.

Faz-se necessário ressaltar, no entanto, que para pensar e aplicar estratégias de relacionamento com a imprensa é necessário o entendimento da importância dos mais variados serviços de assessoria de comunicação, como o planejamento, e o compromisso com a verdade, acima de qualquer outro ponto. Isso porque uma assessoria de comunicação só tem credibilidade com a imprensa, conseguindo valer-se de fato deste espaço de mídia espontânea, quando ela se posiciona a respeito de fatos e pautas negativas expondo motivos de forma a justificar, e não omitir, as informações relevantes, afinal, assessores de comunicação são profissionais conscientes e preparados para avaliar quando os fatos virão ou não a tona independente da omissão de informações.

Outro passo importante para a qualidade da atividade de assessoria de comunicação é a elaboração de um *Mailing list*, a lista com os contatos atualizados dos jornalistas, e nos dias de hoje, também de influenciadores digitais, para o envio de notícias, releases e outros textos jornalísticos que ressaltam as informações que o assessorado deseja informar ao público; o *Clipping*, serviço que compreende a seleção, catalogação e arquivamento de todas as matérias publicadas/transmitidas ligadas direta e/ou indiretamente a pessoa/empresa assessorada; bem como o *Mídia Training*, o treinamento das pessoas consideradas fontes de notícias e/ou porta-vozes sobre como lidar com a imprensa e a comunicação, são imprescindíveis. Para o especialista, Jorge Duarte:

Falar com os jornalistas costuma ser um desafio para o qual a maior parte das pessoas, na condição de fontes de informação, não se sente preparada. É uma atividade que envolve a perspectiva de exposição pública, profundos sentimentos relacionados à autoestima e a incerteza de que as informações serão veiculadas segundo suas expectativas. (DUARTE 2011, p. 345)

A capacitação em comunicação, portanto é fundamental, não só para preparar porta-vozes para se relacionar com a imprensa, como também, para a qualidade,

facilitando a fluidez necessária à comunicação interna de uma organização.

O *Mídia Training*, portanto, surge nos EUA no início do século XX como um modelo de capacitação em comunicação, essencialmente utilizado para capacitar para as relações com a imprensa.

Estudiosos como Rivaldo Chinem, por exemplo, cita o jornalista americano Ivy Lee, considerado fundador das relações públicas de onde nasce a atividade de assessoria de comunicação, como o profissional que primeiro compreendeu a importância de se trabalhar um bom relacionamento com a imprensa utilizando atividades de comunicação empresarial.

Lee deixou o jornalismo, ainda em meados de 1906, para abrir o primeiro escritório de relações públicas em Nova York. Um de seus primeiros clientes foi o mais impopular empresário dos EUA na época, John D. Rockefeller. “Contratado pela *Pennsylvania Railroad* para assessorar no caso grave de acidente, Lee anunciou para surpresa de todos, que se empenharia em ajudar os repórteres” (CHAPARRO apud CHINEM, 2006, p. 24).

A Pennsylvania Railroad sumir das manchetes escandalosas. A transparência no trato com a imprensa e a confissão honesta das dificuldades técnicas da ferrovia em prestar um serviço sem falhas, acalmaram o ímpeto sensacionalista dos jornais, que passaram a tratar os acidentes com mais respeito e compreensão. (CHINEM, 2006, p. 24)

No Brasil, o início dos serviços de *Mídia Training* e assessoria de comunicação é marcado pelo lançamento do plano de comunicação integrada, da filial brasileira da multinacional de indústria química Rhodia, “um documento que pregava a implantação de uma política de comunicação, alinhada à jovem democracia brasileira e que integrava na empresa, ações de imprensa, relações públicas e de comunicação de marketing”, (CHINEM 2006, p. 21).

Neste ambiente da nova república, a comunicação empresarial ganhou novos reforços, a Rhodia e outras empresas brasileiras incluíram em seus planejamentos estratégicos diversas ferramentas jornalísticas de comunicação, entre elas, a capacitação para a comunicação de seus gestores, “com o objetivo de treinar a alta direção para o relacionamento adequado com a imprensa”. (CHINEM 2006, p. 21).

Atualmente, o *Mídia Training* está consolidado como modelo de capacitação em comunicação e é um dos serviços mais importantes na composição das atividades de uma assessoria de comunicação, sendo realizada tanto por empresas de comunicação, quanto por jornalistas, com o objetivo de treinar pessoas sobre como divulgar suas mensagens durante uma entrevista jornalística, quais as

posturas corretas diante do vídeo e como trabalhar suas falas de maneira eficaz e objetiva. Segundo o prof. Jorge Duarte, 2011, nos últimos anos a capacitação de fontes e porta-vozes é um dos instrumentos de assessoria de imprensa que mais se popularizou.

Aperfeiçoar continuamente os assessorados em compreender a imprensa, interagir com jornalistas, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente, tornou-se uma estratégia prioritária para as equipes de comunicação. (DUARTE 2011, p.360)

Ainda segundo Duarte:

Assim como a melhor maneira de enfrentar crises é gerenciar riscos e preparar-se para evitar que não aconteçam, capacitar fontes e porta-vozes para compreender a dinâmica da mídia e interagir com jornalistas são investimentos de retorno certo para criar e fortalecer uma cultura de comunicação e obter resultados mais efetivos. (DUARTE 2011, p. 360).

O objetivo com a realização da capacitação em comunicação para qualquer profissional, autônomo ou vinculado a uma empresa é, principalmente, orientar sobre como se pode aproveitar melhor a oportunidade de divulgar mensagens em um espaço midiático, considerado espontâneo, já que não são anúncios, e sim espaços jornalísticos que existem na imprensa conforme a confiança, audiência e credibilidade depositada pela sociedade, assim como, para uma melhor utilização das ações, ferramentas e estratégias em comunicação dedicadas à organização.

3. PROJETO DE CAPACITAÇÃO DOS MEMBROS DO CONANDA PARA A COMUNICAÇÃO

3.1. Justificativa:

Em dezembro de 2015 foi aprovado, por unanimidade, pela plenária do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) plano estratégico em comunicação com a finalidade de constituir um trabalho permanente em comunicação para que, de forma integrada às atividades do Conselho, contribua para: a integração, articulação, troca de experiências, a participação social, além do engajamento dos conselhos estaduais, distrital e municipais, conselhos tutelares, assim como, dos diversos conselhos setoriais, órgãos estaduais e municipais e entidades não governamentais para a disseminação e acesso a informações acerca dos Direitos da Criança e do Adolescente no Brasil.

Por fim, é objetivo também deste trabalho em comunicação iniciar um processo de formação de redes de comunicação colaborativa com o intuito de estimular a produção permanente de conteúdos, diálogos e disseminação orgânica de informações acerca das pautas relacionadas aos direitos da criança e do adolescente no Brasil, assim como, da atuação do Conanda no controle social das políticas públicas de promoção, proteção e defesa destes direitos.

Para tanto, é primordial capacitar os membros do Conanda para esta comunicação, preparando-os para ser a primeira rede de colaboração, mobilizando-os para atuarem como agentes desta comunicação por meio do conhecimento deste universo, especialmente, no que diz respeito aos instrumentos, meios, processos e fluxos necessários ao pleno funcionamento, e uma melhor aplicabilidade das estratégias elencadas no referido plano estratégico.

3.2. Objetivo Geral:

- Preparar os membros do Conselho para a comunicação interna e externa, previstas no plano de comunicação do Conanda;

3.3. Objetivos específicos:

- Orientar um discurso único e institucional, relacionado às mensagens-chaves previstas no plano de comunicação do Conanda entre os membros do Conselho;
- Propiciar o exercício prático de situações comuns entre as várias demandas de comunicação e imprensa que poderão surgir quando do exercício das atividades dos membros do Conselho na produção de conteúdos, troca de informações e divulgação das ações em comunicação ou no momento de atendimento de veículos de imprensa;
- Apontar situações de risco nas mais diversas nuances do relacionamento com a imprensa e influenciadores digitais;
- Oferecer aos contemplados dicas de comportamento, vestuário e vocabulário adequados para serem utilizados durante entrevistas, transmissões ao vivo e redes sociais digitais;
- Apresentar as práticas e rotinas em comunicação do Conanda e do Ministério dos Direitos Humanos;
- Disseminar boas práticas em comunicação;
- Aprimorar a assessoria prestada aos membros do Conanda e dos órgãos relacionados aos temas de interesse do colegiado;
- Debater sobre a comunicação do Conanda e dos órgãos relacionados;
- Debater a eficácia, eficiência e efetividade da comunicação do Conanda e órgãos relacionados com a sociedade.

3.4. Público-Alvo:

- Membros do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda);
- Membros da Secretaria Executiva do Conanda;
- Público estimado em 50 participantes.

3.5. Metodologia:

A sugestão desta consultoria é que o evento tenha um formato de “Encontro” (reunião orientada), já que não se trata exclusivamente de um treinamento específico sobre o relacionamento com a imprensa (*Mídia Training*), apesar de que à proposta está incluso momento reservado ao treinamento dos porta-vozes, indicados pelo grupo de participantes como fontes para o atendimento da imprensa.

O formato de capacitação proposta e mais adequado ao Conanda deve privilegiar o trato da comunicação institucional e em rede, ou seja, os recursos e tecnologias em comunicação, as possibilidades e funções dos membros do Conselho para instituir a rede de colaboração em comunicação prevista no plano de comunicação; apresentação/aproximação do Conanda com o departamento de comunicação do órgão que o mantém, ou seja, o Ministério dos Direitos Humanos; e a troca de experiência entre temas motivadores por especialistas e o debate ativo entre eles e os participantes sobre: rotinas em comunicação, o tempo da comunicação, instrumentos básicos utilizados, conhecimentos básicos sobre o que é ou não é notícia.

A discussão para a troca de experiências e o esclarecimento de temas deve ser privilegiada. Para isso, cada tema será seguido por 40 minutos, a uma hora, de plenária. Haverá também um momento para que os membros do Conselho elejam os porta-vozes, ou seja, aqueles que serão contemplados com os programas de *Mídia Training* em momento distinto.

Os palestrantes serão profissionais de diferentes áreas de atuação (governo, veículos de comunicação e comunidade acadêmica) para garantir uma visão ampla sobre os temas abordados, além de embasar e qualificar o debate.

3.5.1. Programação

O evento está previsto para um dia de atividades. Devido ao número de participantes previsto (50 pessoas) as atividades estarão divididas em seminários/painéis, atividade em grupos e plenárias:

08h30 – chegada dos participantes;

9h – Abertura do Evento

9h às 9h15: Presidente do Conanda inicia os trabalhos com fala breve sobre a importância do treinamento para potencializar as atividades e disseminação das ações do conselho, assim como, para preparar os membros do colegiado para a sua comunicação, além do seu relacionamento com a imprensa;

9h15 às 9h30: Presidente convida o representante técnico da comunicação do Conanda para explicar como será o treinamento, repasse da programação do dia;

9h30 às 10h15: painel sobre a rotina de comunicação do Ministério dos Direitos Humanos e o vínculo com a comunicação do Conanda, (representante do departamento de comunicação do Ministério dos Direitos Humanos e SNDCA);

10h15 às 10h45: painel sobre o papel das conselheiras e conselheiros com a comunicação interna e externa, do Conanda: a importância da comunicação interna e a utilização das ferramentas que a compõe; rede de colaboração, produção e indicação de conteúdos interessantes para o acervo digital do Conanda; disseminação/compartilhamento de informações via entidades representadas; e atendimento da imprensa.

Obs.: informar que haverá eleição dos porta-vozes do Conselho, além da presidência.

10h45 às 12h: atividade prática - participantes receberão tarjetas (tiras de cartolina ou papel) para escreverem o que entendem por comunicação. O que é? Para que serve?

Obs: algumas tarjetas serão selecionadas para subsidiar outra atividade prática.

12h às 14h: Intervalo para o almoço

14h às 14h45 – painel sobre o papel da comunicação nas organizações e, em linhas gerais como funcionam: os fluxos e ferramentas utilizados para a definição das pautas, produção das notícias e critérios para a seleção e publicação de conteúdos em uma assessoria de comunicação. A ideia é que a palestra contextualize as respostas das tarjetas da atividade anterior com o que os participantes entendem sobre comunicação. Propor dinâmica para que os participantes definam a partir da visualização de manchetes verdadeiras e falsas o que foi e o que não foi notícia.

14h45 às 15h – debate e dúvidas

Sugestão de Palestrantes: Jorge Duarte/ Joana Bicalho

Mini Currículo: Jorge Duarte Jornalista, Relações-Públicas, Doutor em Comunicação. Professor e autor de vários livros e pesquisas. Atua com comunicação no serviço público há 26 anos. Trabalhou 8 anos na Secom da Presidência da República. É coordenador de Comunicação em C&T na Embrapa.

Mini Currículo: Joana d’Arc Bicalho Félix Atua há mais de 20 anos em Comunicação Integrada, sendo consultora de empresas privadas, e do Sebrae Nacional, Paraíba e DF, com trabalhos em planejamento, gestão e estruturação de departamentos.

É professora de pós-graduação nas áreas de comunicação integrada; gestão de marcas; valor agregado a marcas, produtos, pessoas e idéias; planejamento e gestão.

Atuou durante vários anos como coordenadora, gerente ou assessora de comunicação em agências de comunicação atendendo o Governo Local e Governo Federal; no Sistema CNT, Confederação Nacional do Transporte, no UniCEUB e em diversas empresas do setor de saúde, varejo e de entretenimento.

15h às 15h45 – painel sobre a opinião pública: o cidadão como cliente; Imagem organizacional: fortalecimento da confiabilidade, reputação e credibilidade; e *Mídia Training*, como representar a imagem e o discurso da organização. Propor dinâmica para que alguns participantes simulem a gravação de entrevistas para serem discutidas pelo grupo ao final no encerramento do treinamento.

Sugestão de Palestrantes: Jornalista de TV Heraldo Pereira/ Luiz Cláudio Ferreira

Mini Currículo: Heraldo Pereira estreou como apresentador na bancada do DFTV e do Bom dia DF, ambos da TV Globo. No ano seguinte, tornou-se o primeiro jornalista negro a apresentar de modo permanente o Jornal Nacional. Desde então, faz parte do rodízio de apresentadores do telejornal aos sábados. Nessa época, o jornalista também apresentava um bloco com o noticiário político no Bom dia Brasil e no Jornal das Dez da GloboNews. Em 2007, passou a ser comentarista político do Jornal da Globo.

Mini Currículo: Luiz Cláudio Ferreira é Jornalista, especialista e mestre em Comunicação. Possui diversos cursos de gerenciamento de crise inclusive no exterior. Há vários anos atua como assessor de comunicação e produtor de conteúdo.

15h45 às 16h – perguntas

16h às 16h15 – Coffee Break

16h15 às 17h – painel sobre fundamentos para uma comunicação efetiva, clara e objetiva: noções de oratória, expressão corporal, organização e exposição de ideias;

Sugestão de Palestrante: Reinaldo Passadori

Mini currículo: Especializado em comunicação verbal, já treinou em torno de 50mil pessoas, em mais de duas mil turmas e aulas individuais. Entre seus clientes estão cerca de 450 empresas, como Banco Bradesco, Bristol-Myers Squibb, Embraer, Serasa, Petrobrás, Scania, Nextel, Cyrela, Wyeth, Nestlé, AstraZeneca, Sadia, Roche e Hotéis Transamérica.

17h – 17h15 - perguntas

17h15 às 17h35 – avaliação coletiva e debate sobre as entrevistas simuladas;

17h35 às 17h45 – Eleição dos porta-vozes

17h45 às 18h - considerações finais e encerramento.

3.5.2. Descrição das atividades a serem desenvolvidas

Atividade	Responsável	Prazo
Aprovar o projeto de realização do evento	- Conanda/ Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do adolescente (SNDCA)	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Avaliação para a viabilização da infraestrutura do evento	- Conanda/SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Definição da data do evento (realizar preferencialmente colado a uma Assembleia Ordinária do Conanda)	- Conanda/SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Convite e levantamento dos membros do Conanda interessados em participar	- Consultoria em comunicação/ Secretaria Executiva do Conanda	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Convite aos palestrantes/ painelistas sugeridos no projeto. (no impedimento selecionar outros nomes).	- Consultoria em comunicação/ Secretaria Executiva do Conanda	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Confirmação dos participantes para realocação de vagas remanescentes aos gestores da Secretaria Executiva do Conanda e/ou gestores da Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente.	- Secretaria Executiva do Conanda/ SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Emitir bilhetes aéreos para os participantes	- Secretaria Executiva do Conanda/ SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Elaborar informativo com informações do evento, materiais didáticos e formulário de avaliação.	- Consultoria de Comunicação	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Supervisionar a montagem do evento	- Consultoria de Comunicação/ Secretaria Executiva do Conanda/ SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento
Realizar o evento	- Consultoria de Comunicação/ Secretaria Executiva do Conanda/ SNDCA	à definir a partir da aprovação de realização do evento

4. INSTALAÇÕES E MONTAGEM

Neste item a consultoria sugere a estrutura necessária para a realização de um evento como o proposto neste produto 3. É importante ressaltar que caberá à gestão do Conanda avaliar, junto com a consultoria, como será viabilizada a estrutura necessária, dentro do que já está disponível, ou do que terá de ser contratado, assim como, do que pode ser excluído e/ou substituído da proposta, desde que não haja prejuízo para a execução da metodologia, programação e resultados esperados.

4.1. Hotel:

Descrição: Estabelecimento de médio conforto, próximo à área central do Plano Piloto em Brasília/DF, próximo ao local onde ocorrerá a Assembleia Ordinária do Conanda, na data definida para o evento. O hotel deve oferecer:

- Hospedagem para 50 pessoas, em apartamentos duplos, seguindo os critérios de alojamento de (i) identidade local - pertencentes à mesma localidade e/ou estado, (ii) afinidade, sendo necessária manifestação do participante, cabendo à avaliação da equipe responsável pela coordenação do evento para as razões do pedido, desde que seja viável a alteração de apartamento. (café da manhã deve estar incluso no valor da diária).

4.2. Local do evento:

Estabelecimento de médio conforto, próximo à área central do Plano Piloto em Brasília/DF, próximo ao local onde ocorrerá a Assembleia Ordinária do Conanda, na data definida para o evento. O local deve oferecer:

- Estrutura com Rede Wi-fi gratuita para os participantes do evento; 01 (um) salão de eventos para acomodar até 70 pessoas; 01 sala de apoio a ser utilizada como secretaria do evento; Hall com a capacidade de instalação de três balcões, sendo um para atendimento dos participantes e dois para servir de apoio para o coffee break;
- Salão de eventos com: no mínimo 100 cadeiras acolchoadas dispostas em formato de auditório; sistema de gravação em áudio e vídeo do evento; mesa diretora para palestrantes; Ar condicionado em boas condições de funcionamento;

- Sala de apoio com: mesas para comportar dois computadores e impressoras; Capacidade de circulação de, aproximadamente, 10 pessoas; Mesa de apoio com café e água;
- Equipamentos audiovisuais: Sistema de sonorização completa com mesa de som de 16 (dezesesseis) canais, amplificador, *mixer* para microfone, caixa acústica; 04 (quatro) microfones sem fio, sendo dois para a mesa de palestrantes e dois para circular entre o público; 01 (uma) tela de projeção de 3 x 2 m; 01 (um) projetor multimídia completo com definição mínima de 4.500 ansilumens, com smart fade;
- Equipamentos de informática e de apoio: 01 (um) *notebook* com 40HD, memória RAM de 512Mb e Microsoft Office 2000 completo, com kit multimídia, leitora de CD e pacote Office instalado para ser utilizado com a tela de projeção; 02 (dois) *notebooks* com 40HD, memória RAM de 512Mb e Microsoft Office 2000 completo, com kit multimídia, leitora de CD e pacote Office instalado para ser utilizado na secretaria do evento (sala de apoio); 01 (um) impressora laser multifuncional com cartucho para impressão na cor preta (01 cartucho preto); 01 (um) linha telefônica com a capacidade de realizar ligações interurbanas;
- **Alimentação/ Coffee break:** 01 (um) lanche por dia, somente pela parte da tarde, para 70 pessoas. O lanche deverá conter no mínimo 2 tipos de sucos, 2 tipos de salgados, 2 tipos de bolo, 2 tipos diferentes de refrigerantes, café e água;
- **Alimentação/ durante o evento:** Água sem gás a ser reabastecida durante todo o evento aos palestrantes e componentes da mesa diretora; 02 (duas) garrafas de 1,5 litros de café amargo (opções de adoçante e açúcar) e respectivos copos descartáveis, sendo uma no salão de eventos, e uma na secretaria do evento (sala de apoio), servidas pela manhã, e a mesma quantidade a ser servida pela tarde; 02 (duas) garrafas de 1,5 litros de café adoçado e respectivos copos descartáveis, por dia, sendo uma no salão de eventos, e uma na secretaria do evento (sala de apoio), servidas pela manhã, e a mesma quantidade a ser servida pela tarde; 02 (dois) bebedouros, com 01 (um) garrafão de água mineral de 20 litros, estimando-se um total de 5 (cinco) garrafões de água, um em cada sala, a partir das 8h do dia do evento.

Observação: o responsável pelo fornecimento de alimentação deverá também disponibilizar equipamentos e materiais necessários para montagem, manutenção e atendimento dos serviços de alimentação, bem como pessoal de apoio.

4.3. Recursos Humanos:

Contratar 03 (três) recepcionistas uniformizadas. Elas deverão: recepcionar os convidados durante a cerimônia e distribuir o material promocional; montar os kits com o material de apoio (didático) a serem distribuídos aos participantes; 02 (dois) operadores de som e projeção; 01 (um) operador de câmera de vídeo ou técnico responsável por operar o sistema de gravação em áudio e vídeo do evento.

4.4. Kits de apoio (didáticos):

- 100 (cem) folders/impressões com a programação do evento;
- 100 (cem) impressões/encartes com os materiais didáticos indicados pelos palestrantes convidados;
- 100 (cem) blocos de papel branco, com 30 folhas;
- 100 (cem) pastas de papel cartão, 250g/m2, formato ofício;
- 100 (cem) canetas de tinta preta.

4.5. Detalhamento dos Serviços

- O coffee break deverá ser servido às 16h;
- Os equipamentos a serem instalados deverão estar em condições de utilização (disponíveis e testados) na tarde do dia anterior ao evento;
- Todo e qualquer equipamento que apresentar defeito ou incompatibilidade deverá ser imediatamente substituído pela coordenação do evento, sob pena de responsabilidade;
- O Conanda **não** se responsabiliza por despesas dos participantes do evento, no hotel de hospedagem, referentes a telefonemas, lavanderia, consumo de frigobar, consumo nas áreas de lazer do hotel, consumo no lobby bar, consumo nos restaurantes ou qualquer pedido de alimentação/serviço de quarto feito do apartamento por parte dos participantes.

4.6. Vistoria do local

Caberá à consultoria e a Secretaria Executiva do Conanda a verificação do local oferecido para a hospedagem dos participantes, e local do evento, a qualquer

momento a partir do recebimento da proposta, anterior a adjudicação da mesma.

4.7. Avaliação do Evento:

Esta consultoria sugere que se faça um levantamento, contemplando informações acerca dos problemas e facilidades encontradas pela coordenação do evento para registro dos trabalhos, serviços e atividades relacionados. A fim de subsidiar na construção desta avaliação dos resultados do evento é importante receber as sugestões dos participantes. Para tanto a indicação para aplicação do formulário que segue:

FORMULÁRIO PARA AVALIAÇÃO DE EVENTO

Nome do Evento:

Data/Período de Realização do Evento:

Esta avaliação objetiva colher informações, sugestões e opiniões dos participantes no sentido de buscar nos próximos eventos as adequações necessárias às ações planejadas. Não é necessário identificar-se.

Para cada item, assinale a opção que melhor reflete sua opinião.

	Péssimo	Fraço	Médio	Bom	Excelente	Não se aplica
1. Programação do Evento.						
2. Organização do Evento.						
3. Tema(s) abordado(s).						
4. Conhecimento do(s) ministrante(s) em relação ao(s) tema(s) da(s) atividade(s).						
5. Adequação das instalações à realização do evento.						

6. Você considera úteis as informações abordadas e dinâmicas oferecidas neste evento?

Sim ()

Não ()

Justifique.

7. Comentários opcionais (sugestões, pontos positivos e negativos)

8. Que tema(s) sugere, caso o evento seja realizado novamente?

4.8. Check –lists:

Para auxiliar no acompanhamento e supervisão dos itens e serviços relacionados ao evento esta consultoria indica a utilização das tabelas de checagem que seguem:

CHECK-LIST BÁSICO PARA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS		
ITEMAÇÃO	RESPONSÁVEL	SITUAÇÃO
Definições Iniciais		
Dimensionamento do evento e cronograma de atividades		
Local do evento		
Lista de convidados		
Reserva de agenda de autorodades		
Reserva de Sala/Auditório, etc.		
Preparação de Documentos e Correspondências		
Pauta/Programa		
Convites (impressos - eletrônicos) - em geral os convites, depois de prontos, são enviados pelo cerimonial do ministro		
Ofícios (autoridades e Palestrantes)		
Contratação/solicitação de serviços/equipamentos		
Definição do formato dos espaços necessários (em círculo, em formato de auditório)		
Elaboração TR (Termos de referência para contratação)		
Providências de Transporte		
SPD'S (Passagens Aéreas)		
Diárias		
Carro de apoio/ Van/ônibus		
Recursos Visuais/Gráficos/Comunicação		
Banners/Fundo de Palco		
Transmissão Online		
Transmissão Via NBR		
Folders/cartazes		
Telão ou Tela de LED para transmissão de vídeos / PPT		
Crachá de Identificação		
Datashow		
Gravação/Filmagem do evento		
Crachás de Mesa - PRISMAS		
Pastas/Blocos/Canetas		
Telefone Celular		
Rádios comunicadores		
Mini-Modem		
Máquina fotográfica		
Lista de Presença nas portarias		
Divulgação/Comunicação		
Nota/Release		
Imprensa		
EVENTO: Recursos Humanos / Materiais / Audiovisuais / tecnológicos		
Cerimonial do Evento e mestre de cerimônia		
Recepcionista / Credenciamento		
Mediadores e relatores para os grupos de trabalho e plenária		
Fotógrafo		
Coffee-break / Café / Almoço		
Microfones com baterias extras		
Gravação do evento		
Pós-Evento		
Degravação do evento		
Relatório Final		
Prestação de contas		
Release / Notícias Jamais		
Outras Ações Importantes		
Mastros e Bandeiras		
Intérprete de libras		

CHECK-LIST PARA EVENTOS	
Atividades Gerais	Recursos Humanos
1) Dimensionamento do evento	1) Coordenadores de área
2) Estudo para determinação da sede	2) Recepcionistas para:
3) Cronograma de atividades	a) <i>Secretaria</i>
4) Listagem de convidados	b) <i>Balcão de informações</i>
5) Preparo correspondências gerais:	c) <i>Sala Vip</i>
a) <i>Programa</i>	d) <i>Plenário</i>
b) <i>Convites Eletrônicos</i>	e) <i>Salas paralelas</i>
c) <i>Convites impressos</i>	f) <i>Cerimonial</i>
d) <i>Ofícios/ convites (autoridades/ palestrantes)</i>	g) <i>Imprensa</i>
e) <i>Contratações de fornecedores</i>	h) <i>Sala de diretoria</i>
f) <i>Contratações de fornecedores</i>	3) Tradutores
6) Preparo correspondências especiais:	4) Intérpretes
a) <i>Chefe de cerimônia</i>	5) Comitê de recepção
b) <i>Outros órgãos públicos envolvidos</i>	6) Assessor de imprensa
	7) Operadores de som/ luz
	8) Médico/ enfermeira
	9) Pessoal de copa
	10) Pessoal de limpeza
7) Material aos participantes:	11) Pessoal de segurança
a) <i>Impressos, Outros</i>	12) Manobristas
b) <i>Pastas</i>	13) Office boy
c) <i>Blocos</i>	14) Fotógrafo
d) <i>Canetas</i>	15) Operador de vídeo
e) <i>Crachás</i>	16) Pessoal de manutenção
8) Material Gráfico:	17) Garçons/ copeiras
a) <i>Fichas de inscrição</i>	18) Mestres de cerimônia
b) <i>Folders</i>	Recursos Materiais
c) <i>Crachás</i>	1) Equipamento e materiais:
d) <i>Programa (oficial e social)</i>	a) Para a projeção
e) <i>Certificado de participação</i>	· Slides
f) <i>Mapas de localização</i>	· Retroprojektor/ Data- show
g) <i>Convites</i>	· Filmes
h) <i>Cartões para mesa dos trabalhos</i>	· Vídeo- cassete
	· Telas
9) Material para a imprensa:	b) Para a sonorização
a) <i>Nota - Release</i>	· Microfones
b) <i>Press- kit</i>	· Amplificadores
c) <i>Fotos</i>	· Aparelho de som
	· Gravadores
10) Hotel:	· CD's de música ambiente
a) <i>Cartões de boas-vindas</i>	· Fitas para gravação
b) <i>Serviço de informação/ receptivo</i>	c) Para a secretaria
c) <i>Serviço de turismo</i>	· Máquina de escrever
d) <i>Relação de telefones úteis</i>	· Xerox
e) <i>Relação de locais de compra</i>	· Off-set
f) <i>Revistas</i>	· Fax
g) <i>Jornais</i>	· Telefone
h) <i>Frutas</i>	· Telex
i) <i>Flores</i>	

11) Programação Visual:		· Pincel atômico	
a) Sinalização p/ evento, Hotel, Aeroporto, Externos		2) Lousa	
b) Letreiros de identificação		3) Flip chart	
c) Faixas, Banners, Fundo de Palco		4) Mestros	
d) Painéis fotográficos		5) Bandeiras	
12) Serviços turísticos:		6) Stands	
a) Transporte		7) Palanque	
b) Passagens aéreas		8) Palco	
c) Hospedagem		9) Passarela	
d) Elaboração de tours		10) Material de copa	
e) Receptivo nos aeroportos		11) Cobertura	
13) Outros:		12) Uniformes	
a) Orquestra		13) Cabine de tradução simultânea	
b) Banda			
c) Shows		Cerimonial	
d) Correio		1) Mesa para o receptivo	
e) Entrega protocolada		2) Lista de convidados	
f) Locação de veículos		3) Livro de presença	
g) Exposição paralela		4) Lista de confirmações	
h) Seguro		5) Reserva de mesas	
i) Assistência Médica		6) Distribuição de lugares especiais	
		7) Cartões de citação	
		8) Dimensionar a mesa principal	
		9) Ordem do dia	
		10) Hasteamento de bandeiras	
		11) Hino nacional	
Recursos Físicos		Local de Alimentação	
1) Local para:		1) Disposição das mesas	
a) Jantar/ almoço		2) Decoração	
b) Coquetel		3) Sonorização	
c) Imprensa		4) Pontos de luz	
d) Sala Vip		5) Pontos de água	
e) Secretaria geral		6) Sinalização	
f) Informações		7) Iluminação	
g) Slide- desk		8) Ar condicionado	
h) Pronto- socorro		9) Ventilação	
i) Estacionamento		10) Tablado	
j) Pessoal de manutenção		11) Música ambiente	
k) Pessoal de limpeza			
l) Instalações sanitárias		Pós Evento	
m) Pessoal de apoio		1) Prestação de contas	
n) Copa/ Cozinha		2) Relatório final	
o) Reuniões		3) Ofícios de agradecimento	
p) Cambio		4) Álbum de fotografias	
q) Banco		5) Edição de vídeo	
		6) Recortes de jornais	
		7) Impressão de anais	

Fonte: pauloangelim.com.br



II. Instrumentos de comunicação estratégica

1. INTRODUÇÃO

Este produto tem como objetivo apresentar uma proposta dos principais instrumentos de comunicação estratégica externa para disseminação das ações do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e da temática de crianças e adolescentes, tendo a Web e as mídias sociais como um de seus instrumentos.

Além disso, é considerado como estratégico para o aumento da visibilidade das ações do Conanda o diálogo permanente com setores que possuem grande potencial de multiplicação e incidência, também atuantes na promoção e na defesa dos direitos de crianças e adolescentes, como as organizações da sociedade civil, gestores públicos, legisladores, conselhos de direitos (municipais, estaduais e distrital), fóruns e redes. Portanto, esses públicos devem ser alvo permanente de ações de relacionamento e de engajamento de pautas consideradas fundamentais pelo Conanda.¹

Nesse sentido, a comunicação externa possui o grande desafio de não só ampliar a imagem do Conanda como referência no debate e na implementação de políticas públicas voltadas para a infância e a adolescência, mas, acima de tudo, tornar os direitos da criança e do adolescente uma prioridade nacional na agenda pública.

1 As principais pautas do Conanda estão descritas no site da Secretaria de Direitos Humanos em: <http://www.sdh.gov.br/sobre/participacao-social/conselho-nacional-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-conanda>

2. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Considerando os públicos estratégicos do Conanda e os trabalhos articulados na Web e nas mídias sociais, apresento a seguir um grupo de recomendações para os canais de comunicação do Conanda - já existentes^{2 3} e eventuais novos canais que venham a ser criados - com o objetivo de dar maior visibilidade às suas ações.

2.1. Site institucional

É importante que um conselho tenha um site institucional para permitir que a população acompanhe as atividades do colegiado, seja informada das resoluções, relatorias, pareceres e decisões, dando visibilidade às ações do órgão. Além disso, é um canal oportuno para a coleta de opiniões da população, podendo auxiliar posicionamentos futuros desse conselho nos mais diversos temas relacionados à sua área de atuação.

Recomenda-se que websites de conselhos contenham informações gerais sobre a instituição, sua função, valores, regimento interno, relevância histórica, quem são seus membros e principais atribuições. Além disso, é imprescindível que o site do Conanda possua sempre novas notícias e novos conteúdos para que o público gradualmente se habitue a retornar a ele com certa frequência. Por meio de botões de redes sociais na interface do site⁴, os visitantes são encorajados a compartilhar o conteúdo do portal em suas respectivas redes.

É aconselhável que as publicações do Conselho contenham sempre imagens de destaque para valorizá-las e para atrair a atenção do público leitor. Sempre que possível, além de imagens, devem também ser utilizados vídeos, áudios, animações ou infográficos nas notícias. Esses recursos muitas vezes permitem uma compreensão mais clara e precisa da mensagem que se deseja expressar, além de também serem importantes para a atração e para a retenção do público visitante.

Um recurso importante para a melhor indexação dos conteúdos do website do

2 Os canais de comunicação externa atualmente empregados pelo Conanda são: (i) a página no Facebook da Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente <https://www.facebook.com/ConandaCNDCA>; e (ii) o website do Conanda <http://www.direitosdacrianca.gov.br/>.

3 Como mecanismo para comunicação interna, o Conanda atualmente conta com uma lista de emails (conanda15_16@googlegroups.com) na qual estão inscritos todos os conselheiros e a Secretaria Executiva.

4 O website do Conanda conta com links para redes sociais localizados em sua barra superior à direita.

Conanda⁵ nos mecanismos de busca⁶ é o uso de palavras-chaves e categorização de postagens, o que propicia também uma navegação mais facilitada para os visitantes. Assim, a pessoa responsável pela publicação do portal, ao inserir a notícia no sistema, deve sempre preencher as palavras-chaves relacionadas à postagem. Por exemplo, ao veicular uma notícia sobre o tema da redução da maioria penal, a postagem deve ser acompanhada por palavras-chaves como “maioria penal”, “legislação” e “congresso”. Isso permite que os usuários vejam todos os demais artigos que tenham sido publicados com as mesmas *tags*, assim como melhora o posicionamento do site em resultados de busca que usuários efetuem usando esses termos no Google e em outros buscadores da web.

Outra forma de se atrair um público fiel é por meio do uso da tecnologia RSS⁷. Um canal RSS lista todas as postagens feitas em um portal e pode ser salvo pelo usuário em seu navegador ou em algum outro site ou programa especializado para avisar o usuário quando um novo conteúdo estiver disponível para leitura. Com isso, o usuário não precisa ficar visitando várias vezes o portal na espera de um novo conteúdo, pois programas leitores de RSS são capazes de alertar o usuário quando novidades estiverem disponíveis online. Na prática pode servir como um lembrete para voltar a visitar o site assim que novos conteúdos tiverem sido anunciados. Portanto, é uma ferramenta que ajuda a fortalecer a audiência do portal. Os principais sistemas de gestão de conteúdo (*Content Management Systems* - CMS) como, por exemplo, o Wordpress⁸ ou o Joomla⁹, já oferecem nativamente o suporte a geração de canais RSS de forma simples e intuitiva para o profissional responsável por manter o portal da instituição.

Assim, ter um site do colegiado ajuda a posicionar a instituição perante a sociedade, governo e os demais atores que se relacionam com o conselho. Reforça a transparência das ações do órgão, além de servir como recurso para educação geral da sociedade.

Recomenda-se que seja ainda oferecido um canal para coleta de *feedback* da sociedade em casos como de projetos de leis e Propostas de Emendas Constitucionais que estejam tramitando no Congresso e que sejam relacionados aos temas¹⁰ que concernem ao Conselho. Para isso, podem ser efetuadas consultas

5 O website do Conanda encontra-se disponível no endereço <http://direitosdacrianca.gov.br/>

6 Buscadores da web como Google, Yahoo, Bing e similares.

7 RSS é um padrão da web aberta especificado pela W3C (World Wide Web Consortium). A documentação oficial desta tecnologia encontra-se em: <http://www.rssboard.org/rss-specification>

8 Wordpress: <https://br.wordpress.org/>

9 Joomla: <http://www.joomla.org/>

10 Um exemplo de tema de interesse do Conanda é a PEC171/1993 [<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=14493>] que trata de proposta de redução da maioria penal.

públicas por meio do website do órgão. Existem diversas formas de se efetuar tal consulta. Desde uma simples enquete de múltipla escolha sobre determinado tema ou um formulário no site onde o público pode submeter opiniões por escrito, até soluções mais elaboradas como, por exemplo, o sistema de comentários online¹¹ utilizado para a consulta pública sobre o Marco Civil da Internet¹².

Como forma de diminuir o volume de comunicação redundante trocada por e-mails, telefonemas e pelo canal “Fale Conosco” do website, incentiva-se manter uma lista de respostas a dúvidas frequentes (conhecida pela sigla FAQ, do inglês *Frequently Asked Questions*) permitindo que o público se informe sobre as características e trâmites essenciais da organização direcionando o público para a leitura dessa lista.

Portanto, o site deve ser visto como ferramenta estratégica das ações do Conanda, reunindo as últimas informações sobre campanhas, causas, eventos, agenda de reuniões e eleições, conferindo credibilidade e reputação à instituição. Também é estratégico manter uma lista com os nomes e informações de contato de outras organizações atuantes no campo da defesa dos direitos de crianças e adolescentes, de modo a fortalecer parcerias. Da mesma forma, manter uma listagem similar dos conselhos estaduais, municipais e distrital, possibilitando a orientação do público geral e fortalecendo a interlocução entre os diversos conselhos e o Conanda.

Como ilustração, vale citar as iniciativas do site do Conselho Nacional de Juventude (Conjuve), que dispõe quem são os conselheiros¹³ integrantes da Sociedade Civil, Poder Público e Mesa Diretora. Além disso, o website desse colegiado disponibiliza como menu no topo da página as principais iniciativas em destaque¹⁴ do órgão, dando visibilidade aos seus principais projetos e ações.

Ainda, o portal do Conjuve oferece o Guia Conselhos de Juventude¹⁵, feito em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que tem como objetivo disponibilizar orientações básicas para a criação e implementação de conselhos de juventude, estimulando o aumento do número de espaços como estes, e qualificando-os como uma instância para subsidiar a elaboração de políticas de participação e controle social na temática

11 Co-Ment [<http://www.co-ment.com/>]

12 Marco Civil da Internet - Portal de Participação do Ministério da Justiça [<http://participacao.mj.gov.br/marcocivil/>]

13 Lista dos conselheiros do Conselho Nacional de Juventude: <http://juventude.gov.br/conjuve/conselheiros>

14 Principais iniciativas em destaque no site do Conselho Nacional de Juventude: http://juventude.gov.br/juventude/iniciativas#.VT_Lz-Q2uPQ

15 Guia Conselhos de Juventude: http://juventude.gov.br/articles/participatorio/0009/3680/Guia_de_Consehos_2010.pdf

juvenil. Estratégia interessante para estimular o aumento do número de espaços como estes, gerando novas relações de corresponsabilidade entre a sociedade civil organizada e o Estado.

Vale mencionar também que o Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS) disponibiliza em seu site as principais informações sobre reuniões e eventos¹⁶ desse órgão, possibilitando o acompanhamento pela sociedade. Assim como o Conselho Nacional de Educação (CNE) possui um espaço dedicado¹⁷ em seu portal para atos normativos como súmulas, pareceres e resoluções.

Por fim, vale mencionar que o Conselho Nacional de Saúde (CNS) dispõe em seu site uma área para prestação de contas¹⁸, propiciando transparência às execuções desse órgão.

2.2. Newsletter

Uma ferramenta importante para disseminação das ações do Conanda será adotar a prática de publicação de *newsletters* (boletins) oficiais da instituição em formato de e-mail personalizado com a identidade da instituição. Para tal, é corriqueiro o uso de uma caixa de inscrição na página principal do portal, por meio da qual os usuários interessados em receber a *newsletter* podem cadastrar seus endereços de e-mail. Idealmente, a periodicidade para a publicação de boletins deve ser mensal.

Dessa forma, as pessoas que assinam a *newsletter* podem estar sempre atualizadas com as informações mais recentes sobre as atividades do conselho, como: últimas resoluções, ações, pareceres, projetos e matérias que estão em destaque no site. Além disso, é de fundamental importância manter um histórico dos boletins passados disponíveis para download no website da instituição, de modo a possibilitar que novos visitantes rapidamente se atualizem sobre as decisões e atividades realizadas pelo conselho ao longo dos últimos meses.

O boletim deve conter uma seção referente à agenda de eventos da instituição, bem como é importante que a peça contenha *links* para as mídias sociais do Conanda (Facebook, Twitter e Flickr) e que todas as suas chamadas de texto levem o leitor ao site. A estratégia envolvida é a de ampliar as visitas do site e de promover as

16 Reuniões e eventos do Conselho Nacional de Assistência Social: http://www.mds.gov.br/cnas/Eventos_CNAS

17 Atos normativos como súmulas, pareceres e resoluções do Conselho Nacional de Educação: http://mecsrv125.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12812&Itemid=866

18 Área de prestação de contas do Conselho Nacional de Saúde: http://conselho.saude.gov.br/web_pc/index.htm

mídias sociais do colegiado.

Existem soluções comerciais de *email-marketing* que podem, a um baixo custo¹⁹, auxiliar no disparo desses e-mails, como o Campaign Monitor²⁰ e o MailChimp²¹. As duas ferramentas permitem facilmente customizar o *layout*, além de fornecer relatórios detalhados contendo estatísticas de visualização e alcance, assim permitindo melhorar a performance dos boletins ao longo do tempo. Por possuírem recursos de integração com bases de dados de contatos, é possível por meio dessas ferramentas fazer campanhas direcionadas.

2.3. Mídias Sociais

De acordo com dados divulgados pela pesquisa NetView, da empresa Nielsen IBOPE, de junho de 2014, o total de brasileiros que moram em domicílios com acesso à internet ganhou um novo impulso no último ano chegando a 87,9 milhões no mês de maio. O número é 14,2 milhões maior do que os 73,7 milhões registrados no mesmo período de 2013, representando um crescimento de 19% em um ano.

Entre os 53,5 milhões de usuários ativos da internet no Brasil é difícil encontrar quem não acesse algum tipo de mídia social em casa ou mesmo no trabalho. Conforme estudo realizado pelo CONECTA (plataforma web do IBOPE Inteligência), o jovem internauta brasileiro possui, em média, perfil em 7 mídias sociais. As mais populares são: Facebook (96% possuem perfil), YouTube (79%), Skype (69%), Google+ (67%) e Twitter (64%).

Ainda, o estudo aponta que navegar nessas redes é um hábito de 90% dos internautas de todo o país com idade entre 15 e 32 anos. Outras atividades comuns na web são buscar informações (86%), acompanhar notícias (74%), assistir a vídeos (71%), ouvir música (64%) e trocar e-mails. Além disso, boa parte do acesso às redes ocorre em dispositivos móveis. O aplicativo do Facebook está presente em 88% dos celulares dos jovens, seguido dos aplicativos de email (84%), YouTube (81%) e WhatsApp (79%). Em tablets, o Facebook está instalado em 61%, os e-mails em 57% e o YouTube em 59% dos dispositivos.

Um excelente vídeo que resume o impacto das mídias sociais na vida das pessoas é “Revolução das mídias sociais – 2013”²² baseado no livro *“Socialnomics*

19 Consultar as tabelas de preços específicas de cada serviço, dado que os valores podem variar. Mas em linhas gerais, trata-se de um investimento de muito pouco dinheiro em troca de um serviço importante para aumentar o alcance da divulgação.

20 Software de email marketing Campaign Monitor: <https://www.campaignmonitor.com/>

21 Software de email marketing MailChimp: <http://mailchimp.com/>

22 Vídeo Revolução das mídias sociais 2013: <https://www.youtube.com/watch?v=9SBKtdYLRUM>

- *How social media transforms the way we live and do business*” de Erik Qualman. Ainda segundo a previsão do criador do Facebook, Mark Zuckerberg, as pessoas vão compartilhar duas vezes mais informação ano após ano em função do efeito de rede.

Diante desses números, especialistas afirmam que se a sua organização não é encontrada na Internet e nas mídias sociais, ela simplesmente não existe. Nesse sentido, as mídias sociais devem ser compreendidas e aproveitadas de forma estratégica para a comunicação das organizações, órgãos governamentais e conselhos.

Para potencializar a audiência e impulsionar o alcance dos conteúdos a novos leitores, é de fundamental importância estar bem articulado com as principais mídias sociais. Isso significa cumprir um cronograma de postagens no Facebook e no Twitter e também permitir, por meio de botões na interface do site, que os visitantes compartilhem conteúdos do portal nessas redes.

Assim, é importante destacar que as mídias sociais cumprem hoje um papel importante não só na estratégia de comunicação, mas também como plataformas de mobilização para causas. Uma vez que permitem atingir não apenas públicos que já estão engajados com a garantia dos direitos de crianças e adolescentes, mas também sensibilizar, por meio de campanhas, aqueles que ainda não estão.

Além disso, as mídias sociais como o Facebook, Twitter, YouTube e Flickr possibilitam trabalhar o relacionamento com outras organizações, redes e entidades. Por meio de compartilhamentos, menções e citações de conteúdos mútuos, é possível fortalecer parcerias e manter redes de solidariedade e apoio no ambiente digital. Ainda é possível trabalhar estratégias específicas para cada uma das mídias sociais promovendo a instituição e a temática dos direitos de crianças e adolescentes.

Por exemplo, a plataforma do Facebook permite a criação de anúncios (campanhas) de diversos formatos²³, como promoção de posts, eventos, website e *fanpage* da instituição, entre outros. Isso viabiliza que novos públicos conheçam a instituição e sejam sensibilizados para causas que ainda não conhecem. Esta é uma estratégia que exige um investimento financeiro relativamente pequeno, mas que pode trazer bons resultados de posicionamento digital em campanhas.

O Twitter, por sua vez, permite atividades de mobilização online em tempo real, como os chamados “tuitaços”. Para tais ações, é preciso aproveitar o termômetro das redes e acompanhar o noticiário na mídia. Por exemplo, o amplo debate em

²³ Formatos de anúncios do Facebook: <http://www.fabulosaideia.com.br/blog/2013/voce-conhece-todos-os-formatos-de-anuncio-do-facebook/>

voga sobre a proposta de redução da maioria penal em função da PEC 171/93 que está em trâmite no Congresso Nacional. Como estratégia do Conanda para liderar essa ação, uma boa iniciativa seria realizar um tuitaço com o tema “Não à redução da maioria penal” nas redes, mobilizando entidades, governos, conselhos municipais e estaduais dos direitos da criança e do adolescente, além de conselhos intersetoriais. Outro tuitaço poderia ser em prol do fortalecimento do Estatuto da Criança e do Adolescente, que no dia 13 de julho de 2015 completa 25 anos.

É importante salientar que o conteúdo a ser divulgado nas mídias sociais não deve se restringir a informações institucionais, compartilhando também conteúdos da imprensa e demais entidades relacionadas aos direitos de crianças e adolescentes. Esta estratégia auxiliará o Conanda a se tornar referência em informação sobre os direitos infantojuvenis nestes canais, fortalecendo o papel do colegiado.

Para o compartilhamento de imagens, o Flickr²⁴ é uma boa rede onde pode-se manter um banco de imagens da instituição contando, inclusive, com funcionalidades que facilitam a atribuição de metadados (título, data, tema, palavras chaves, etc) e de termos de licenciamento e reconhecimento de autoria das imagens.

O Youtube também é uma ótima ferramenta para *branding*²⁵ e divulgação de conteúdo. Também apresenta recursos semelhantes aos do Flickr para a hospedagem de vídeos. Vale lembrar que o Youtube é o segundo maior mecanismo de busca, ficando atrás apenas do próprio Google.

Em todas essas redes sociais, é possível também customizar a interface do perfil da instituição de modo a carregar a sua identidade visual, o que fortalece a imagem do colegiado.

Como exemplos de conselhos com boa presença digital nas redes, podem ser destacadas as mídias sociais do Conjuve (Facebook²⁶, Twitter²⁷ e Youtube²⁸) e as do CNAS (Facebook²⁹, Twitter³⁰ e YouTube³¹).

Como forma de medir o alcance dos posts, é importante acompanhar as métricas fornecidas pelas próprias plataformas de mídias sociais. Tão importante quanto o aumento de seguidores (aumento de fãs no Facebook e de seguidores

24 Rede social de imagens fotográficas Flickr: <https://www.flickr.com/>

25 *Branding* é o trabalho de construção e comunicação das ideias e valores de uma organização.

26 Facebook do Conselho Nacional de Juventude: <https://www.facebook.com/conjuvenacional>

27 Twitter do Conselho Nacional de Juventude: <https://twitter.com/conjuve>

28 YouTube do Conselho Nacional de Juventude: <https://www.youtube.com/user/TVConjuve>

29 Facebook do Conselho Nacional de Assistência Social: <https://www.facebook.com/conselhocnas>

30 Twitter do Conselho Nacional de Assistência Social: <https://twitter.com/conselhocnas>

31 YouTube do Conselho Nacional de Assistência Social: <https://www.youtube.com/user/CanalCNAS>

no Twitter), é aumentar a quantidade de *likes*, *shares*, comentários, *retweets* e marcações de favorito nessas redes. Uma análise qualitativa das interações e do engajamento dos usuários diz muito mais sobre a qualidade do seu conteúdo e da sua página do que um dado quantitativo como o aumento de seguidores, que pode ser conquistado através de anúncios direcionados³². Tal análise pode ser feita com base nas estatísticas e gráficos gerados por ferramentas como o Facebook Insights³³, onde é possível acompanhar médias mensais de acesso à página, posts mais populares (em quantidade de visualizações e de *likes*), entre várias outras métricas disponíveis.

32 Serviços como o Facebook Ads permitem, mediante pagamento, a divulgação de anúncios para públicos específicos determinados com base em perfis de usuários escolhidos pelo anunciante.

33 <http://marketingmediassociais.com.br/blog/o-que-e-o-facebook-insights-como-usar/>

3. AÇÕES ESTRATÉGICAS

Nesta seção serão destacadas estratégias de relacionamento voltadas aos públicos externos do Conanda. Serão apresentadas ações e ferramentas que auxiliarão o Conanda a se posicionar perante esses públicos, potencializando seus trabalhos e gerando maior visibilidade na mídia.

3.1. Relacionamento com a imprensa

Para que o Conanda paute a sociedade em relação a temas relevantes como difundir os agravos de violação de direitos de crianças e adolescentes em situação de violência, publicizar direitos, disseminar redes de proteção; recomenda-se que o Conanda tenha um diálogo ativo e permanente com a imprensa. Essa interlocução com a mídia é essencial para que o colegiado seja reconhecido como fonte de informação, tornando-se referência para os jornalistas nas questões relacionadas aos direitos infantojuvenis.

Para tanto, é recomendada a elaboração de um mapeamento de porta-vozes institucionais e temáticos da Secretaria Executiva e dos conselheiros-membro (sociedade civil e governo) para atendimento à imprensa. E ainda, que os conselheiros passem por um programa de *media-training*³⁴, com o objetivo de capacitá-los para entrevistas com jornalistas.

Por fim, é indicada a elaboração de documentos com as *key messages*³⁵ - institucionais e temáticas - reunindo os principais posicionamentos do Conanda em relação a temas estratégicos. Assim, as *key messages* permitem a instrumentalização dos porta-vozes, orientando-os nas manifestações públicas e garantindo agilidade no atendimento à imprensa.

O menu “Contato” do portal do conselho é provavelmente o primeiro lugar onde visitantes irão procurar formas de se comunicar com a instituição. Recomenda-se indicar um profissional que seja o ponto de contato para dar continuidade à comunicação da instituição com jornalistas em nome do conselho. Esse profissional ficará responsável não só para o relacionamento com jornalistas, mas também pela elaboração de materiais a serem utilizados por esse público, entre eles posicionamentos e *press releases*, além do *media-training* com os porta-vozes.

³⁴ *Media-training* ou treinamento de mídia: http://www.escriitoriodecomunicacao.com.br/media_training

³⁵ Key message, ou “mensagem chave”: <http://www.nancyassad.com.br/key-message-voce-sabe-o-que-e/>

Um recurso imprescindível que deve ficar a cargo desse profissional é o monitoramento contínuo dos principais meios de comunicação e do Congresso Nacional, para posicionamento rápido do Conanda em casos estratégicos e que merecem parecer oficial.

Uma outra ferramenta importante para fortalecer a imagem do Conanda enquanto instituição que referenda políticas para assegurar os direitos de crianças e adolescentes, é a eventual encomenda de pesquisas de opinião. Além de auxiliar o Conanda na orientação de suas ações estratégicas, uma pesquisa de âmbito nacional também é importante do ponto de vista da comunicação externa, pois o órgão se torna fonte de informação e referência de conteúdo - para imprensa, gestores, especialistas e sociedade em geral - ao divulgar informações inéditas sobre comportamentos e opiniões da sociedade cujos temas são sensíveis ao escopo de atuação do colegiado.

3.2. Grupo de trabalho

Para o melhor desenvolvimento das ações de comunicação, sugere-se a criação de um Grupo de Trabalho de Comunicação, com o intuito de apoiar a Secretaria Executiva e a Comissão de Mobilização e Formação na tomada de decisões nesta área. Aconselha-se que o GT seja paritário (com membros titulares ou suplentes da Sociedade Civil e Governo) e que tenha caráter consultivo, auxiliando também no desenvolvimento de algumas ações de comunicação de forma pontual ou permanente. Tal Grupo de Trabalho pode ter duração de 2 anos, de modo a estar alinhado com o tempo de duração de cada gestão do Conselho, podendo ter, opcionalmente, seu tempo de atuação estendido, a critério de decisão dos conselheiros.

3.3. Apoio à articulação e *advocacy*³⁶

Do mesmo modo que é importante que o Conanda tenha um diálogo contínuo com a imprensa, o contato permanente com diferentes atores (agentes públicos, legisladores, sociedade civil, adolescentes, conselhos intersetoriais, conselhos estaduais, municipais e etc) também deve ser mantido. O objetivo é estabelecer estratégias de incidência e de interlocução com esses setores para fortalecer os direitos de crianças e adolescentes e colocar pautas na agenda pública que os conselheiros do Conanda consideram como prioritárias.

³⁶ O que é a prática de *advocacy*: <http://www.dialogosocial.com.br/advocacy-s351-1.html>

Primeiramente, deve ser feito um mapeamento dos diversos atores políticos com os quais o Conanda mantém contato (mesmo que eventualmente) e um breve registro das informações compartilhadas com esses públicos. Mantendo, assim, um banco de dados com todos esses contatos reunidos. Em seguida, devem ser mapeados os temas de incidência e pensadas mensagens específicas para cada um desses públicos.

Para atingir gestores públicos, devem ser criados materiais de comunicação mais especializados, bem como a realização de *workshops* de caráter mais técnico para capacitação e sensibilização.

Para o público infantojuvenil, recomenda-se a elaboração de materiais lúdicos para a compreensão da legislação de políticas públicas (formulados com a participação dos mesmos) e que respeitem as suas diversidades. Esses materiais devem ser disponibilizados e disseminados em todas as escolas e organizações-chaves que ajudarão a aprofundar e amplificar os debates decorrentes desses materiais. Ainda, fortalecer o diálogo com o G38³⁷ e o G7³⁸, com o propósito de divulgar e reforçar nas mídias sociais as ações dos adolescentes.

Em relação a legisladores e políticos, uma estratégia de incidência com esses atores pode ser a promoção de seminários temáticos em conjunto com mesas de debate sobre temas relevantes (como a PEC 171/93 em trâmite no Congresso Nacional) com o propósito de enriquecer a compreensão desses temas para que os legisladores exerçam sua função de forma qualificada e bem informada.

Ainda, estabelecer um grupo de trabalho formado por conselheiros, no âmbito de atuação da Comissão de Direitos Humanos e Ação Parlamentar do Conanda, com o propósito de sensibilizar deputados para causas que os conselheiros consideram fundamentais como a não redução de direitos de crianças e adolescentes. Esse grupo de trabalho estaria encarregado de pensar em materiais de comunicação e *advocacy* específicos para parlamentares considerados estratégicos para as políticas em questão.

Como estratégia para a sociedade civil, é importante que os conselheiros das organizações-membro do Conanda articulem com suas respectivas redes de influência (distribuídas ao longo do território nacional) uma maior proximidade às atividades, ações e causas do Conanda. A influência territorial e o diálogo com

37 **G38:** São grupo de adolescentes que compõem a Comissão Organizadora da X Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e de alguns Conselhos Estaduais com o objetivo de promover o diálogo, a intersetorialidade e a participação de adolescentes na construção de políticas públicas. São 38 adolescentes - 27 representantes de cada Estado e 11 representantes de povos, grupos e movimentos diversos.

38 **G7:** São grupo de adolescentes escolhidos pelos 38 adolescentes que compõem o G38 para representar as 5 regiões do Brasil e 2 representantes de povos, grupos e movimentos diversos.

esses atores locais é importante para que as pautas do Conselho estejam alinhadas com a realidade da população em todas as áreas do país. Fomentar uma maior sinergia entre os conselheiros e esses atores locais poderá potencializar o sucesso das ações em rede promovidas pelo órgão.

Além disso, cabe ao Conanda redigir, com o aval das instituições às quais os conselheiros estejam vinculados, textos base de convocação a ações conjuntas a serem encaminhados para fóruns, comitês, redes e frentes da sociedade civil.

Tais ações, encabeçadas pelo Conanda, podem incluir a promoção de dias comemorativos (25 anos do ECA, Dia Internacional das Crianças de Rua) e campanhas de mobilização nacional (um dia de paralização contra a redução da maioria penal), a partir de “tuitaços” e demais ações em mídias sociais, possibilitando a conscientização da população para tais temas.

No que tange aos conselhos intersetoriais, o Conanda deve fortalecer campanhas diretas e indiretas de conselhos com os quais possui mais afinidade (Conjuve³⁹, CNAS⁴⁰, CNE⁴¹, CNS⁴², CNJ⁴³, CONADE⁴⁴, CNCD-LGBT⁴⁵, etc), para ampliar redes de colaboração entre colegiados, nutrindo apoio mútuo de campanhas estratégicas e que precisem de ampla mobilização.

No que concerne às ações de fortalecimento entre o Conanda e os conselhos estaduais e distrital, é importante viabilizar a participação dos mesmos nas reuniões do colegiado quando a pauta for de interesse a todos os órgãos. Para isso, é importante tomar o cuidado de evitar ao máximo mudanças significativas de pautas que comprometam a eficácia da participação dos mesmos nas assembleias.

Uma outra ação importante é a promoção de oficinas de reflexão com os conselhos estaduais e distrital, com o propósito de promover uma maior integração entre os colegiados reforçando o suporte do Conanda aos conselhos estaduais e distrital.

Ademais, é de suma importância a realização de uma pesquisa para conhecer a realidade dos conselhos estaduais, municipais e distrital, afim de identificar demandas e gargalos para o bom funcionamento e operação desses órgãos. Essa compreensão das necessidades e dos problemas específicos de cada um desses

39 Conselho Nacional de Juventude: <http://juventude.gov.br/conjuve>

40 Conselho Nacional de Assistência Social: <http://www.mds.gov.br/cnas>

41 Conselho Nacional de Educação: <http://portal.mec.gov.br/cne>

42 Conselho Nacional de Saude: <http://conselho.saude.gov.br>

43 Conselho Nacional de Justiça: <http://cnj.jus.br/>

44 Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência: <http://pessoacomdeficiencia.gov.br/app/conade>

45 Conselho Nacional de Combate à Discriminação de LGBT: <http://www.sdh.gov.br/sobre/participacao-social/cncd-lgbt>

conselhos é instrumental também para a efetividade da atuação do próprio Conanda.

Para consolidar o Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente (SGDCA)⁴⁶, sugere-se que o Conanda realize anualmente campanhas educativas com o propósito de fortalecer o conhecimento da população a respeito da existência dos conselhos tutelares e dos seus mecanismos de funcionamento. A proposta das campanhas é a de combater violações de direitos de crianças e adolescentes e informar sobre o direito à denúncia perante os órgãos competentes.

Também devem ser promovidos o posicionamento e a articulação internacional com as principais organizações da área: REDLAMY⁴⁷, ONU⁴⁸, OEA/IIN⁴⁹, entre outras. Pensando em campanhas conjuntas para dar visibilidade às normas internacionais sobre a eliminação da violência contra as crianças⁵⁰, adotadas no final de 2014.

3.4. Maior engajamento com a sociedade

Outro recurso que o Conanda pode adotar como ação estratégica de comunicação é a utilização de ferramentas de participação social na construção de políticas públicas para a proteção dos direitos da criança e do adolescente. Como a realização de consultas públicas para aprimoramento e fortalecimento do que está disposto no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

A título de exemplo, a Secretaria de Assuntos Legislativos (SAL) do Ministério da Justiça vem promovendo a democratização do processo de elaboração legislativa no Brasil por meio do Projeto Pensando o Direito⁵¹. A partir do lançamento de consultas públicas online como a do Marco Civil da Internet⁵² (Lei 12.965 de 23 de abril de 2014), a população vem contribuindo com a proposta de texto do decreto que regulamentará esta lei. Nesse sentido, a SAL vem inovando ao possibilitar que a lei seja construída de forma colaborativa entre Governo e Sociedade utilizando a Internet como plataforma de debate.

46 Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente: <http://www.promenino.org.br/direitosdainfancia/sistema-de-garantia-dca>

47 Red Latinoamericana y caribeña por la defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes <http://www.redlamyc.info/>

48 Organização das Nações Unidas: <http://www.onu.org.br/>

49 Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes: <http://iin.oea.org/>

50 Normas e Princípios das Nações Unidas sobre Prevenção ao Crime e Justiça Criminal: http://www.unodc.org/documents/justice-and-prison-reform/projects/UN_Standards_and_Norms_CPCJ_-_Portuguese1.pdf

51 Projeto Pensando o Direito: <http://participacao.mj.gov.br/pensandoodireito/o-que-e/>

52 Marco Civil da Internet: <http://participacao.mj.gov.br/marcocivil/>

Ainda nessa linha, outra ação que pode ser implementada como forma de trazer a sociedade mais próxima do Conanda, é a realização de hackathons⁵³ (maratonas de programação em que *hackers* - entusiastas desenvolvedores de software livre⁵⁴ - se reúnem para passar horas desvendando bases de dados, sistemas lógicos e, com base nisso, desenvolvendo aplicações úteis e criativas) para criação de soluções tecnológicas como aplicativos, websites com foco na proteção de direitos de crianças e adolescentes. Como forma de ilustrar o conceito, vale citar a realização em 2013 do 2º Concurso para Dados Abertos⁵⁵, promovido pelo Ministério da Justiça e pelo W3C Brasil⁵⁶.

Os hackathons, por exemplo, podem fazer parte da programação de conferências, como a Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente ou de demais eventos de grande porte. A proposta é que o Conanda seja líder desse debate engajando a sociedade em temas prioritários e fazendo uso da tecnologia e da inteligência coletiva (*crowd-sourcing*) para trazer ações inovadoras à defesa dos direitos infantojuvenis.

53 O que é um hackaton: <http://blogs.estadao.com.br/codigo-aberto/hackathon/>

54 O que é o software livre? <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.pt-br.html>

55 2º Concurso para Dados Abertos do Ministério da Justiça e W3C Brasil: <http://www.hackagenda.com.br/evento/2o-concurso-para-dados-abertos-do-ministerio-da-justica-e-w3c-brasil-2/>

56 W3C Brasil: <http://www.w3c.br/>

4. CONSIDERAÇÕES

Este documento apresentou diversas estratégias com o intuito de aprimorar a comunicação externa do Conanda por meio da melhoria nos processos de articulação entre o Conselho e os diversos atores da defesa dos direitos infantojuvenis (agentes públicos, legisladores, sociedade civil, adolescentes, conselhos intersetoriais, conselhos estaduais, municipais). Apesar de não serem detalhados nesse documento, vale lembrar também da importância dos mecanismos de comunicação interna entre os conselheiros para que o órgão opere com eficiência.

Se as ações estratégicas de relacionamento externo descritas aqui forem adequadamente implementadas, o Conanda terá sua imagem fortalecida nos veículos de mídia e perante a população. Objetiva-se que o Conanda consiga pautar com efetividade as políticas públicas do setor e que possa se consolidar como referência no tema da defesa dos direitos da criança e do adolescente.



III. Atualização das plataformas virtuais – CONANDA

1. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Os pressupostos a seguir confirmam que a internet surgiu no Brasil como um meio importante para a amplificação do acesso às informações que, hoje, são produzidas não só pela grande mídia e notáveis da comunicação, mas também por gente comum e interessada em produzir opinião, promover interações e instalar uma comunicação livre e acessível a todos.

Para tanto, as interações e novos formatos de comunicação e sociabilidades por meio de uma tecnologia acessível e multimídia vem ampliando o volume, o interesse e a relevância das produções individuais de conteúdos transformando a internet em um novo mecanismo de relacionamento com as organizações, com a informação, entre pessoas, e com a própria tecnologia que passa a exercer grande influência na sociedade e nas comunicações.

De acordo com as bases teóricas consultadas e aplicáveis as estruturas formais pensadas por esta consultoria para compor a comunicação do Conselho, dialogamos aqui com conceitos de sociedade, participação, comunicação, tecnologia e convergência de mídias.

Essas teorias influenciaram diretamente nas escolhas estratégicas dedicadas a elaboração da proposta apresentada neste quinto produto de consultoria. Portanto faz-se necessário saber que:

1.1. Sociedade e Participação

A revisão bibliográfica da obra de República, Platão (2006) cita a necessidade do indivíduo em associar-se a outros pela necessidade de viabilizar a própria vida. Assim como, a ideia de participação é percebida no conceito de sociedade a partir deste contexto de colaboração, em que um depende do outro em razão de um interesse comum, que é a produção da vida.

Platão (2006) em sua teoria do Estado na obra República, afirma que:

O que dá nascimento a uma cidade é, creio, a impotência de cada indivíduo de bastar-se a si próprio e a sua necessidade de uma multidão de coisas; (...) Assim pois, um homem traz consigo outro homem para determinado emprego, e outro para um outro emprego, e a multiplicidade das necessidades reúne numa mesma residência grande número de associados e auxiliares; a

esse estabelecimento comum demos o nome de cidade (PLATÃO, 2006, II, 369 b 6-8).

O filósofo, neste trecho da obra República, concebe a socialização a partir da divisão do trabalho, meio fundamental ao alcance das necessidades de uma comunidade.

Aristóteles demonstra outra visão sobre a sociedade. Para ele, a necessidade em satisfazer os desejos individuais, leva os indivíduos particulares a submeterem-se ao todo social. Assim, a sociedade, está acima das partes, do indivíduo.

Na obra Política, Aristóteles diz que:

É claro, portanto, que a cidade tem precedência por natureza sobre o indivíduo. De fato, se cada indivíduo isoladamente não é auto-suficiente, conseqüentemente em relação à cidade ele é como as outras partes em relação a seu todo, e um homem incapaz de integrar-se numa comunidade, ou que seja auto-suficiente a ponto de não ter necessidade de fazê-lo, não é parte de uma cidade, por ser um animal selvagem ou um deus. Existe naturalmente em todos os homens o impulso para participar de tal comunidade, e o homem que pela primeira vez uniu os indivíduos assim foi o maior dos benfeitores (1997, I, 1, 1253 a 42-50).

Segundo Aristóteles, portanto, a essência política do homem, o impulsiona a associar-se a outros homens e constituir a sociedade como uma comunidade política.

Numa outra passagem da Política, Aristóteles (1997) afirma:

O homem é por natureza um animal social, e um homem que por natureza, e não por mero acidente, não fizesse parte de cidade alguma, seria desprezível ou estaria acima da humanidade (...), e se poderia compará-lo a uma peça isolada do jogo de gamão. Agora é evidente que o homem, muito mais que a abelha ou outro animal gregário, é um animal social (I, 1, 1253 a 16-21).

A democracia, no entanto, é apresentada pelo mundo antigo como a forma mais participativa a se estabelecer ao longo da história. É ela que, em essência, possibilita a instalação de uma sociedade baseada na liberdade e igual participação nas tomadas de decisões sobre a organização geral da vida. No entanto, a democracia encontra, desde os primórdios, dificuldades em se concretizar já que fatores socioeconômicos não favorecem o estabelecimento, de fato, da igualdade entre indivíduos.

O pensamento moderno, sobre a socialização dos indivíduos, destaca as formas institucionais de organização da sociedade. Neste contexto o Estado é mediador e fundamental para a proteção do indivíduo, no entanto rompe com o modelo antigo quando atribui uma sobreposição do poder político do Estado ao do pai sobre o filho, ou o do senhor sobre o servo, por exemplo. O modelo moderno de sociedade considera legítimo um poder assentado pelo consenso, a partir da pactuação de regras entre os indivíduos. Um contrato social entre indivíduos para constituir a sociedade.

Para Hobbes (1888) portanto:

É esta a geração daquele grande Leviatã, ou antes (para falar em termos mais reverentes) daquele Deus Mortal, ao qual devemos, abaixo do Deus Imortal nossa paz e defesa. Pois graças a esta autoridade que lhe é dada por cada indivíduo no Estado, é lhe conferido o uso de tamanho poder e força que o terror assim inspirado o torna capaz da ajuda mútua contra os inimigos estrangeiros. É nele que consiste a essência do Estado, a qual pode ser assim definida: Uma pessoa de cujos atos uma grande multidão, mediante pactos recíprocos uns com os outros, foi instituída por cada um como autora, de modo a ela poder usar a força e os recursos de todos, da maneira que considerar conveniente, para assegurar a paz e a defesa comum (HOBBS, 1988, p.106, grifos do original).

Hobbes rompe, no entanto, com a teoria de Aristóteles quando define a natureza do indivíduo como política e sociável. Para Hobbes a natureza do indivíduo não tem prazer em se relacionar com outros, mas sim um desprazer que só é superado a partir do resultado, dos interesses e necessidades, que este relacionamento possa proporcionar.

Já o homem natural de Rousseau (1999), diferente do que defende Hobbes, não é naturalmente mau, corrupto e egoísta. Para Rousseau, o estado natural do homem é “o mais propício à paz e o mais conveniente ao gênero humano”, e tende sempre à sua conservação. Para ele, a desigualdade não está no estado natural do homem e sim na sociedade, que institucionaliza o privado, tornando o indivíduo corruptível, dominador e opressor.

É o estado da liberdade e da igualdade. No estado civil, com suas distinções e diferentes instituições, tornam-se desiguais:

Ora, se fizer uma comparação entre a diversidade prodigiosa de educação e de gêneros de vida que reina nas várias ordens do estado civil, e a simplicidade e uniformidade da vida animal

e selvagem, na qual todos se alimentam com os mesmos alimentos, vivem da mesma maneira e fazem exatamente as mesmas coisas, compreender-se-á quanto deve a diferença de homem para homem ser menor no estado de natureza do que no Estado de sociedade e quanto aumenta a desigualdade natural na espécie humana por causa da desigualdade de instituição. (ROUSSEAU, 1999,p.82).

Para Rosseau (1999, p.87) a sociedade civil fundou-se quando “o primeiro que, tendo cercado um terreno, lembrou-se de dizer isto é meu e encontrou pessoas suficientemente simples para acreditá-lo” (1999,p.87).

Ainda segundo o pensador:

Cada um de nós põe em comum sua pessoa e todo o seu poder sob a suprema direção da vontade geral; e recebemos, coletivamente, cada membro como parte indivisível do todo (...).Assim como a natureza dá a cada homem um poder absoluto sobre os seus membros, o pacto social dá ao corpo político um poder absoluto sobre todos os seus, e é esse mesmo poder que, dirigido pela vontade geral, recebe, como ficou dito, o nome de soberania (ROUSSEAU, 2006, p.22, 38-39).

1.2. Comunicação

A comunicação, conforme Gustavo Matos (2009, p.27), é originária do latim *communicare*, que significa “tornar comum”, “partilhar”, “repartir”, “associar”, “trocar opiniões”, “conferenciar”.

Já Juan Bordenave (1982) enfatiza em sua obra, “O que é Comunicação” que a comunicação é:

O canal pelo qual os padrões de vida de sua cultura foram-lhe transmitidos, pelo qual aprendeu a ser ‘membro’ de sua sociedade – de sua família, de seu grupo de amigos, de sua vizinhança, de sua naçãoA comunicação não existe por si mesma como algo separado da vida da sociedade. Sociedade e comunicação é uma coisa só. Não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação”. (BORDERNAVE, 1982, p. 16-17)

Ainda segundo Juan Bordenave há também a intenção da comunicação:

Na comunicação há sempre uma intenção básica: como fonte codificadora, certamente o emissor espera que o receptor selecione sua mensagem, a compreenda, a aceite e, finalmente, a aplique.

Por sua vez, o receptor ao decodificar a mensagem também tem uma intenção básica. Ele deseja selecionar o que é importante para ele. Dessa forma, vai direcionar a sua compreensão e avaliação, para depois decidir se aceita ou não o conteúdo transmitido, e aplicar o que achar válido na mensagem. (BORDENAVE, 1994, p. 20)

Segundo Fred Linardi¹, no artigo *Da Pedra à Internet*:

A humanidade demorou para evoluir em suas formas de comunicação. Antes de inventar a escrita, passamos milhares de anos usando basicamente gestos e grunhidos. Até a fala custou a aparecer; quando ela começou a ser desenvolvida, as pinturas rupestres já existiam.

*Em compensação, depois disso, tudo se acelerou. Na base da conversa, começamos a trocar conhecimentos, principalmente de caráter mitológico e religioso. A escrita não demorou a surgir, como uma forma de registro do sonoro. No século 8 a.C., os poemas gregos *Ilíada* e *Odisséia* foram escritos a partir de relatos orais. Da linguagem escrita em diante, começamos a aplicar a tecnologia à comunicação. Nas últimas décadas, chegamos ao ponto em que um único emissor transmite sua mensagem para milhões de pessoas - é o caso do rádio e da televisão. Temos à disposição telefones fixos, celulares e internet. E o futuro promete. (LINARDI, 2009)*

O dia a dia da comunicação, passa portanto a potencializar e qualificar a sociedade, instrumentalizando e conferindo poder em sociabilidade à natureza dos indivíduos. O que nos leva a crer que a partir da comunicação é possível incorporar, hábitos, pensamento, ações, crenças, valores e tabus.

Segundo Bordenave:

[...] contrariamente ao que alguns pensam, a comunicação é muito mais do que os meios de comunicação. Estes meios são tão poderosos e importantes na nossa vida que as vezes esquecemos que representam apenas uma mínima parte de nossa comunicação total.

[...] A comunicação confunde-se com a própria vida. Temos tanta consciência de que comunicamos como de que respiramos. [...]

1 LINARDI, Fred. *Da Pedra à Internet* – Artigo disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/pedra-internet-493922.shtml>

A comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.

[...] A comunicação interpessoal, característica da sociedade tradicional, que muitos pensavam que seria suplantada pela comunicação impessoal dos meios eletrônicos, hoje, está de novo em ascenso, talvez como uma reação contra a massificação e o comercialismo dos meios de massa. [...] No seio do associativismo em ascensão e da luta pelo fortalecimento da “sociedade civil”, o homem está reaprendendo a comunicação pessoa a pessoa. (BORDENAVE, 1982, p. 18-22)

1.3. Tecnologia

A tecnologia, para Aristóteles, extrapola as matérias-primas e ferramentas envolvendo as ideias originárias do produtor até o produto final. A *téchne*, portanto, abrange um todo sobre o como e o porquê da produção.

Para Sancho (SANCHO, 1998), “a tecnologia configura-se como um corpo de conhecimentos que além de usar o método científico, cria e/ou transforma processos materiais.”

Ao poucos a ideia de que a tecnologia afasta o fazer, da criação, já não se aplica a partir do Século XX quando o termo: “Tecnologia” passa a incorporar processos e ideias às ferramentas e máquinas. Um novo conceito surge e então envolve os meios e atividades utilizadas na transformação e manipulação do ambiente em que vivemos, passando a resignificar a ciência e o conhecimento aplicado, conforme enfatiza a pesquisadora Maria Sancho:

O termo tecnologia estava associado a mudanças, manipulações e ações com base no método científico, e seu uso e aplicação trazem consequências individuais para as ciências e, conseqüentemente, para o conjunto social. A interação do indivíduo com as tecnologias tem transformado profundamente o mundo e o próprio indivíduo. (SANCHO, 1998, p.30)

A relação portanto, entre ciência e tecnologia, começa a modificar o indivíduo e a sociedade, apesar de as mudanças dependerem ou não da forma com que os indivíduos utilizam a tecnologia

Ainda segundo Maria Sancho:

A tecnologia constitui um novo tipo de sistema cultural que reestrutura o mundo social e ao escolhermos as nossas tecnologias nos tornamos o que somos e desta forma fazemos uma configuração do nosso futuro. Existe, historicamente, um vínculo entre tecnologia e o sonho de progresso que por sua vez está associado a alguns valores judaico-cristãos nas sociedades ocidentais, o argumento da evolução na produção de máquinas que gera uma desculpa para o seu uso a partir de problemas gerados pelas necessidades ou ainda pela decisão de uso. (SANCHO, 1998, p.33-34)

Este raciocínio nos remete ao conceito de cultura:

É um processo contínuo de criação coletiva, um fenômeno plural e multiforme que não se manifesta apenas como produção intelectual e artística e mesmo científica; ela está presente nas ações cotidianas, na forma de comer, de vestir, de relacionar-se com o vizinho, de produzir e utilizar as tecnologias. As realizações humanas constituem manifestações culturais e são consideradas, portanto, produções tecnológicas. (SENAC, 2001, p.56).

Ao incorporar, portanto, componentes culturais ao desenvolvimento tecnológico, passamos a reconhecer não só as tecnologias instrumentais, mas também as simbólicas.

A tecnologia gerada pela sociedade acaba por contribuir então para a reorganização dos padrões e a evolução do seu principal agente que é o ser humano e não da máquina.

1.4. Convergência de mídias

A Comunicação revolucionada pelas transformações tecnológicas e o surgimento de sistemas interconectados de informação passa a integrar meios, veículos e as formas de produção, circulação e consumo de conteúdos.

O advento da internet e a revolução nas tecnologias digitais, que passa a possibilitar a conversão de qualquer informação (texto, som, imagem, vídeo) em uma linguagem universal, inaugura, ao ampliar possibilidades uma nova era.

Para Santaella (2004):

Através da digitalização e da compressão de dados que ela permite, todas as mídias podem ser traduzidas, manipuladas,

armazenadas, reproduzidas e distribuídas digitalmente produzindo o fenômeno que vem sendo chamado de convergência de mídias. Fenômeno ainda mais impressionante surge da explosão no processo de distribuição e difusão da informação impulsionada pela ligação da informática com as telecomunicações que redundou nas redes de transmissão, acesso e troca de informações que hoje conectam todo o globo na constituição de novas formas de socialização e da cultura que vem sendo chamada de cultura digital ou cibercultura (SANTAELLA, 2004, p. 60)

Castells (2011) complementa Santaella ao afirmar que:

Isso é especialmente importante para o mundo em desenvolvimento porque a taxa de crescimento de penetração da internet caiu devido a escassez de linhas telefônicas fixas. No novo modelo de telecomunicação, a comunicação sem fio se tornou a forma predominante de comunicação em toda parte, especialmente nos países em desenvolvimento. O ano de 2002 foi o primeiro em que o número de usuários de telefones celulares ultrapassou o de usuários de telefonia fixa em todo o mundo. Assim a capacidade se torna o fator crítico para uma onda de difusão da internet no planeta (CASTELLS, 2011, p. X-XI).

É importante ressaltar também que a internet e a comunicação sem fio, não estão entre as mídias tradicionais, mas por serem meios propícios à comunicação interativa, cuja convergência com os meios tradicionais está fazendo a diferença, conforme enfatiza Castells (2011):

A internet já transformou a televisão. Os adolescentes entrevistados por pesquisadores do Annenberg Center for the Digital Future da University of Southern California (USC) nem entendem o conceito de assistir a televisão no horário determinado por outra pessoa. Eles assistem a programas inteiros de televisão na tela de seu computador e, cada vez mais, em dispositivos portáteis. Portanto, a televisão continua sendo o principal meio de comunicação de massa, por enquanto, mas sua difusão e seu formato estão sendo transformados à medida que sua recepção vai se tornando individualizada (CASTELLS, 2011, p. XI)

Jenkins, ao citar o cientista político Ithiel de Sola Pool, observa que a convergência de mídias é “um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas” e reforça que :

Um processo chamado convergência de modos está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico - sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar os serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio - seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia - agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está corroendo. (Pool, 1986:112 apud Jenkins, 2010: 35-37)

Ao referir-se a convergência, Jenkins atribui ao termo a função de definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Para ele atribui-se ainda à convergência:

O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2010, p. 29)

Integrar o velho com o novo como uma forma de adaptação dos meios entre os meios interconecta as mídias tradicionais e as redes de comunicação digitais. O fato é que as mídias tradicionais estão usando a internet para ampliar o alcance de suas comunicações e conteúdos, além de promover a interação com a audiência.

Para Castells (2011):

Significa que há um processo de convergência que gera uma nova realidade midiática cujos contornos e efeitos serão, em última instância, decididos pelas lutas políticas e comerciais á medida que os donos das redes de telecomunicação se posicionarem para controlar o acesso e o tráfego em favor de seus parceiros de negócios e de seus clientes favoritos (CASTELLS, 2011, p. XV)

A proposta de se estabelecer uma comunicação embasada nos conceitos de comunicação integrada, convergente e em rede foi selecionada por esta consultoria por demonstrar estar em consonância com o plano de comunicação do Conanda.

Este modelo, no entanto, atribui uma importância estratégica, sobretudo, dos recursos digitais disponíveis, para o sucesso das atividades elencadas, tanto no Plano de comunicação, como também neste produto 5, conforme descrevem os itens que seguem.

2. O PORTAL DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

2.1. A importância do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente para a comunicação do Conanda

A proposta conceitual do plano de comunicação do Conanda prevê, prioritariamente, que se estabeleça uma comunicação em rede e na rede. Para tanto, o estabelecimento de um instrumento central para esta comunicação se faz necessário, pois as informações circularão utilizando-se deste meio comunicativo, e para ele vão convergir as comunicações internas e externas.

O Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente, www.direitosdacrianca.gov.br é indicado, portanto, por esta consultoria, como uma mídia estratégica, que vai concentrar conteúdos de referência e complementares a todas as comunicações previstas no plano de comunicação do Conanda. Nele poderão convergir as comunicações veiculadas nas redes sociais digitais, as repercutidas pela mídia, as divulgadas em materiais impressos e demais mídias que, muitas vezes, em função dos formatos, limitações editoriais e tecnológicas não permitem que a comunicação aconteça de forma a disponibilizar o volume de informação que a instituição pretende comunicar.

Para tanto, ter um ambiente digital completo e atualizado é necessário para embasar esta comunicação, já que será um local de busca permanente dos diversos públicos quando for necessário se informar sobre o Conanda.

Além de ser o alicerce da comunicação em rede e da convergência de mídias propostas, o Portal exerce a importante função de ferramenta de comunicação interna. Por meio dele é possível: criar ambientes de uso restrito para a troca de documentos e textos de referência entre membros do conselho e secretaria executiva; desafogar a equipe da secretaria executiva para a disponibilização de conteúdos, processos estes antes feitos por e-mail diariamente; concentrar em um único ambiente e de fácil acesso conteúdos que podem ser consultados pelos diversos públicos do Conanda a todo tempo; além de possibilitar a veiculação de notícias, banners, conteúdos multimídia, biblioteca digital, entre outros. E futuramente, a partir da modernização de sua tecnologia, abarcar ferramentas de interação dos públicos com os conteúdos disponíveis, além de facilitar a promoção

de atividades de participação social digital.

No entanto, é importante ressaltar que, para que a ferramenta exerça esta função estratégica para a comunicação do Conanda, será necessário criar uma cultura de utilização do Portal, ou seja, incorporar o seu uso nas ações e atividades de comunicação e administração da secretaria executiva do Conselho indicando-o aos diversos públicos no maior número possível de comunicações, substituindo o uso dos e-mails pelo do Portal e gerando demandas de acesso.

2.2. Diagnóstico da situação

O portal: www.direitosdacrianca.gov.br, assim como descrito no diagnóstico do Produto 1 desta consultoria, apresenta problemas estruturais e na tecnologia disponível, apresentando erros na maioria de suas áreas de administração, entre elas, a da página principal, inviabilizando a atualização dos conteúdos de forma mais dinâmica, como no campo de notícias em sistema randômico, destaques, agendas etc.

No entanto, foi possível habilitar processos provisórios para a administração da plataforma que, até o momento atendem a manutenção e atualização das informações. As notas públicas e resoluções, por exemplo, antes divulgadas pela Secretaria Executiva somente, por e-mail e/ou ofícios aos pares, além da publicação no Diário Oficial da União, passam a ser disponibilizadas no Portal e, conforme relevância, publicadas em banners de destaque e notícias, que também passam a figurar também como sugestões de pauta para o site do Ministério dos Direitos Humanos.

3. REESTRUTURAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DO PORTAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

A fim de não comprometer o cronograma de execução para a implementação do plano de comunicação, objeto desta consultoria, fez-se necessário adaptar a proposta de comunicação à tecnologia disponível no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente. Mesmo com problemas para a administração da ferramenta, apresentados no diagnóstico, item 2.2 deste produto, foi possível atualizar os conteúdos do Portal Direitos da Criança e do Adolescente www.direitosdacrianca.gov.br , conforme os itens a seguir:

3.1. Conteúdos estáticos e informativos



Figura 1 – conteúdos estáticos e informativos/ página principal

Foram atualizados todos os conteúdos estáticos e criados novos menus, destacando na página principal os principais conteúdos. A comunicação nesta área do Portal é definida por meio de pautas prioritárias indicadas pela Secretaria Executiva e os fluxos indicados a seguir, no item 3.3, comunicados por meio de banners, notícias e demais tópicos de destaque como: galeria de fotos, vídeos e notícias. Além destas estruturas iniciais, cliques nos menus levam a submenus que possibilitam destacar os principais conteúdos por sessões, a nova arquitetura tem

por objetivo manter o Portal atualizado e melhorar a navegabilidade. Conforme demonstrado nas figuras a seguir:



Figura 2 – conteúdos estáticos e informativos/ Conanda

O menu “Conanda” reúne todas as informações sobre o Conselho, facilitando o acesso a conteúdos como:

- composição do Conselho, por entidades e comissões, e seus membros para o biênio 2017- 2018, com indicação das entidades titulares e suplentes, assim como os nomes das pessoas que as representam;
- “Quem é quem” na Secretaria Executiva do Conanda, informando os contatos e funções dos componentes da secretaria executiva do Conselho;
- Boletins do Conanda, uma área dedicada a reunir todas as edições do Boletim do Conanda com as coberturas das assembleias ordinárias do Conselho;
- Espaço do Conselheiro área de acesso restrito aos membros do conselho, descrita a seguir no item 4.2 deste Produto;
- Calendário, com o calendário anual do Conanda indicando as datas das assembleias ordinárias do Conselho no ano vigente.



Figura 3 – conteúdos estáticos e informativos/ Conselhos Estaduais

Nesta área estarão dispostas todas as informações sobre os Conselhos Estaduais. É uma área fundamental à mobilização dos conselhos de direitos como colaboradores e agentes da comunicação do Conanda. Há previsão para que os estados habilitem, durante a segunda etapa de implementação do plano de comunicação do Conanda, áreas neste menu para a troca de boas práticas, documentos, e demais conteúdos. Nesta primeira etapa de implementação estão: a descrição do que são conselhos de direitos e uma lista completa com os contatos dos Conselhos Estaduais.



Figura 4 – conteúdos estáticos e informativos/ Conferências

Neste menu estão reunidos conteúdos das Conferências Nacionais dos Direitos da Criança e do Adolescente. Há previsão para que a partir da próxima Conferência este seja um espaço para a divulgação e reunião dos insumos em comunicação e mobilização necessários à realização da conferência, como: documentos, guias metodológicos, materiais de divulgação, entre outros conteúdos relacionados.



Figura 5 – conteúdos estáticos e informativos/ Documentos

O menu “Documentos” reúne todos os documentos públicos do Conselho, entre notas, manifestos, Regimentos e demais conteúdos relacionadas às atividades e competências do Conanda.



Figura 6 – conteúdos estáticos e informativos/ Resoluções

Em “Resoluções” está a lista com todas as Resoluções do Conanda, principal instrumento de deliberação do Conselho.



Figura 7 – conteúdos estáticos e informativos/ Clipping

O Clipping reúne as principais notícias, veiculadas pela mídia em geral, sobre os direitos da criança e do adolescente. O clipping é um instrumento de monitoramento e análise importante para os membros do Conselho e demais públicos de interesse, já que estes devem estar em constante vigilância sobre a abordagem dos veículos de imprensa sobre os temas afetos às atividades e competências do Conselho, a casos que envolvem crianças e adolescentes, às ações e políticas das mais diversas organizações atuantes nesta matéria, entre outros interesses. Este instrumento auxilia na construção de posicionamentos, na gestão de crises, na mobilização e na disputa de narrativas e manifestação do colegiado diante das informações divulgadas cotidianamente pelos veículos de imprensa. Os clippings do Conanda são semanais e publicados todas as sextas-feiras no Portal.

3.2. Conteúdos funcionais e interativos



Figura 8 – conteúdos estáticos e informativos/ Espaço da Conselheira(o)



Figura 9 – conteúdos estáticos e informativos/ Espaço da Conselheira(o)



Figura 10 – conteúdos estáticos e informativos/ Espaço da Conselheira(o)

O “Espaço do Conselheiro” é uma área funcional e interativa de acesso restrito aos membros do Conselho. Nele estão reunidos os informativos internos, documentos, textos, e demais conteúdos indicados durante as assembleias ordinárias para circulação e compartilhamento entre conselheiras e conselheiros. Os conteúdos publicados nesta área servem de subsídios às discussões e deliberações do Colegiado durante os encontros presenciais mensais, além de ser ferramenta de instrumentalização da comunicação interna, facilitando os fluxos de comunicação entre membros do conselho e secretaria executiva.

3.3. Fluxos de Comunicação definidos para a gestão dos conteúdos digitais

Faz-se necessário retomar neste produto 5 os fluxos a seguir, apresentados no produto 2 desta consultoria, mas que dizem respeito à proposta de gestão dos conteúdos digitais que compõem a manutenção e atualização do Portal.

3.3.1. Fluxo para a produção, publicação e compartilhamento de notícias, artigos, informes, notas e outros conteúdos multimídia em meios digitais (Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente, Redes sociais, Boletins):

- Procedimento recomendado

Passo 1 – Para encaminhar a demanda, recomenda-se que a demandante

elabore um briefing (texto explicativo) sucinto que indique basicamente: Nome da iniciativa; quando vai acontecer; onde vai acontecer; qual o envolvimento do Conanda/ CEDCAS ou CMDCA e/ou qual a relevância para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil; o que é a iniciativa (é um programa, evento, plano, reunião etc...); quem são as fontes (contatos das pessoas que respondem oficialmente pela iniciativa); e se a produção da matéria demanda o deslocamento de um jornalista para cobertura da pauta.

Passo 2 – Os critérios para a avaliação positiva da proposta são:

- **Relevância** - As propostas com alto grau de relevância são as que dialogam diretamente com as ações e propostas do Conanda, e/ou com iniciativas diretamente relacionadas com a temática da promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil (políticas, programas, planos, reuniões, eventos, iniciativas de redes/coletivos, movimentos sociais, entre outros).

Não serão consideradas relevantes ações pontuais não relacionadas com as pautas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil. Também não são relevantes presenças de conselheiras(os), sem participação efetiva, ou seja, sem apresentação do Conanda/CEDCA/CMDCA) ou de políticas e iniciativas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil, como também, reuniões técnicas e preliminares, sem algum encaminhamento que renda informação de resultados e/ou parceria efetiva para um objetivo concreto (Ex.: reunião para avaliar a possibilidade de instituir parceria) neste caso, o demandante deve preferir divulgar algo mais concreto. A divulgação precipitada esvazia a possibilidade de a repercussão ser melhor ao concluir o processo ou ao concretizar a proposta.

Este critério prevê exceções desde que discutidas com a Secretaria Executiva do Conanda, e sempre que esta julgar relevante.

- **Briefing (informações sobre a iniciativa)** – para que a iniciativa seja considerada relevante, é fundamental que o briefing encaminhado pela demandante esteja o mais completo possível, conforme indicado no “passo 1” para que a comunicação possa identificar ganchos jornalísticos que vão potencializar o alcance e a forma como será comunicada a iniciativa.

- **Antecedência** – quanto maior a antecedência, melhor para a comunicação desenvolver ações criativas e que podem ir além da mera publicação de registro no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente. A antecedência permite que a divulgação da iniciativa ganhe foco no planejamento de ações de comunicação complementares à publicação no Portal, (Ex.: Portal+ redes sociais + convergência de mídia com as entidades com assento no Conanda+ veículos da SNDCA).

Dinamiza o processo comunicativo favorecendo o alcance dos resultados desejados, permite maior visibilidade da iniciativa que, ganha mais tempo de exposição, e também, dá status prioritário já que a demanda ganha maior amplitude contemplando a mobilização de outros públicos.

Avaliação Negativa – a avaliação negativa de publicação da ação demandada não deve representar que não haverá registro. Após a avaliação, neste caso, é responsabilidade da comunicação encaminhar e-mail à demandante informando o motivo da negativa dando a oportunidade de esclarecer melhor a proposta contestando a avaliação. A partir deste retorno, mantendo-se a negativa, a comunicação emite parecer e submete à avaliação da Secretaria Executiva do Conanda que retoma o debate com a demandante até que se esgotem as dúvidas.

Avaliação Positiva – Os conteúdos serão adaptados aos formatos adequados ao meio digital de veiculação, a partir das informações do briefing encaminhado pela área demandante, podendo esta ser contatada para fornecer informações complementares, como também, para contribuir na interface com personagens e fontes indicados.

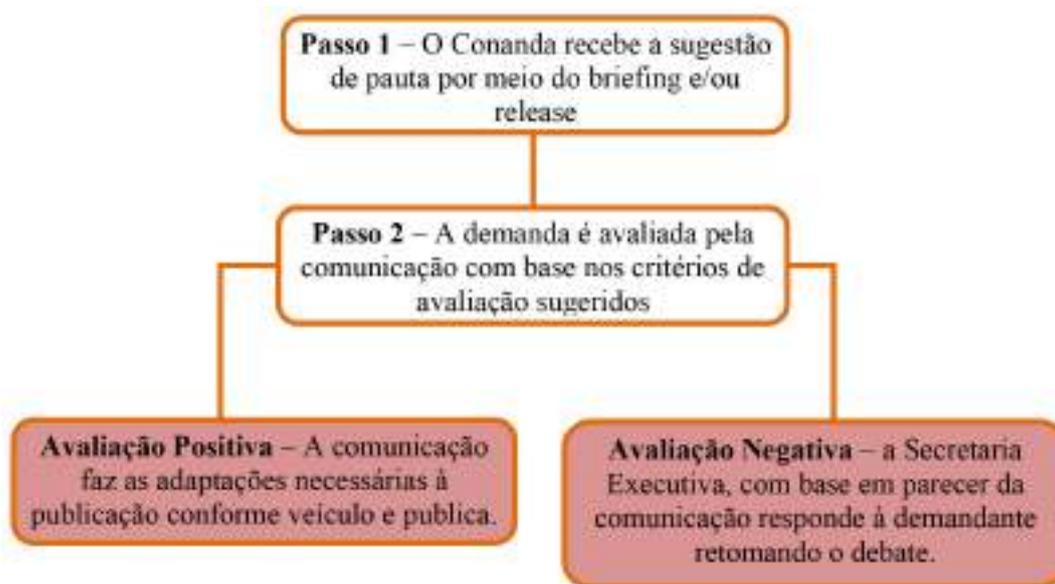


Figura 11: Fluxograma/ comunicações digitais

3.3.2. Fluxo para a submissão de arquivos, documentos, publicações entre outros conteúdos na área restrita aos membros do Conanda no Portal dos Direitos da Criança e Adolescente e no Informe Conanda (informativo interno do Conanda).

- **Procedimento recomendado**

Passo 1 – Conselheiros e coordenadores das comissões permanentes poderão demandar o compartilhamento e publicação de conteúdos, para visualização restrita aos membros do Conselho. Recomenda-se que a(o) demandante encaminhe o conteúdo a ser compartilhado, com justificativa contendo a finalidade de publicação e quem deve acessar o conteúdo (todos os membros do Conselho ou apenas os membros de uma ou mais comissões específicas);

Passo 2 – A comunicação avalia a necessidade de adequar o conteúdo à publicação no Portal e a Secretaria executiva avalia a relevância institucional para a publicação;

Avaliação negativa - A avaliação negativa não indica necessariamente que o conteúdo não será publicado, mas que deverá ser alocado em outra área do Portal, por exemplo, ou readequada quanto ao formato e/ou conteúdo. Após a avaliação técnica da comunicação e institucional da Secretaria Executiva será encaminhada resposta ao demandante indicando os motivos da negativa dando a oportunidade de esclarecimento, readequação ou contestação da avaliação. A partir deste retorno, mantendo-se a negativa, a Secretaria Executiva do Conanda retoma o debate com a demandante até que se esgotem as dúvidas.

Avaliação positiva – os conteúdos serão adaptados, caso seja necessário, para publicação no Portal e após a publicação os membros indicados pelo demandante serão comunicados sobre a disponibilização do conteúdo a partir de um informe padrão;

Passo 3 - A comunicação prepara e distribui informe para comunicar aos públicos de interesse a disponibilização do conteúdo;



Figura 12: Fluxograma/ comunicações internas

4. RECOMENDAÇÕES SOBRE A MODERNIZAÇÃO DO PORTAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

O Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente funciona, atualmente, por meio de uma tecnologia de software desatualizada e, portanto, necessita de modernização, seja para versões mais atuais desta tecnologia ou para outros softwares disponíveis e que permitirão uma gestão de conteúdos mais dinâmica e estimulante.

Conforme previsto no plano de comunicação do Conanda, será necessário criar um espaço digital próprio para a interação e informação dos diversos público do Conselho. As crianças e adolescentes, por exemplo, não são atraídas pela tecnologia atual do Portal. Para se estabelecer o diálogo e estimular a troca de informações entre este público e o Conanda, por exemplo, será fundamental a utilização de uma ferramenta mais interativa, lúdica e que contemple as diversas formas de comunicação multiplataforma da qual as crianças e adolescentes desta geração estão habituadas. O investimento da programação de uma tecnologia que atenda as demandas de interação com os conteúdos publicados no Portal, facilita o diálogo e estimula a participação possibilitando, por exemplo, que a comunicação aconteça por meio do compartilhamento de conteúdos em áudio, vídeo, textos, wikis, games, georeferenciamento, entre outras ferramentas mais utilitárias. Assim também ocorre com os demais públicos.

Atualmente, o receptor não é passivo às comunicações, ele espera interagir com os conteúdos publicados e participar de consultas, enquetes, comentários, entre outras estruturas necessárias ao pleno estabelecimento do diálogo entre organização e seus diversos públicos.



IV. Relatório analítico de execução das estratégias de comunicação do Conanda

1. HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO DO CONANDA

Anterior ao início desta consultoria foi apresentado no Produto 1 a análise de situação sobre a comunicação do Conanda, que se faz necessário revisitar neste relatório final com o intuito de estimular e subsidiar a análise comparativa, entre o status de ausência de atividade direcionadas à comunicação do Conselho na oportunidade do diagnóstico e os resultados descritos a partir das análises, quantitativa e qualitativa, apresentadas neste produto 7.

Entre o intervalo de aprovação do Plano de Comunicação do Conanda, aprovado em dezembro de 2015 e o início de sua implementação a partir desta consultoria (2017), o órgão mantenedor do Conanda passou por muitas mudanças de gestão. As implicações destas mudanças foram muitas, tanto no que se referiu aos cenários políticos, quanto aos econômicos e estruturais, impactando diretamente no funcionamento do Conselho. No entanto, não houve mudanças no regimento interno do Conanda nem na sua estrutura organizacional e competências.

1.1. A Comunicação do Conanda em 2016

Neste período o que se avaliou foi a inexistência, no quadro de assessores da secretaria executiva do Conselho, de profissional com habilitação na área de comunicação social ou técnico dedicado ao trato, estratégico ou operacional, das atividades em comunicação especificamente, ou que realizasse interface proativa com a assessoria de comunicação do Ministério mantenedor do Colegiado.

O Conanda está submetido às estruturas disponíveis em seu órgão mantenedor para operar as suas ações, o que fica ainda mais sensível após mudanças de gestão, muito embora seja responsabilidade do Conselho deliberar sobre a destinação dos recursos do Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente (FNCA). A comunicação do Conselho, portanto, deve estar integrada à estrutura de comunicação da Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (SNDCA), do Ministério dos Direitos Humanos.

Assim como constatado no diagnóstico de elaboração do plano, em 2016 não foram iniciados fluxos comunicativos, internos ou externos, e nem houve produção de materiais institucionais para promoção e divulgação do Conanda, especificamente, nem em meios físicos ou digitais, destinados a troca de informações para fins de divulgação das ações do Conselho, assim como, nenhuma

ferramenta com fins de fomento ao diálogo e a interação constante do Conanda com seus públicos. No entanto, foram registradas assinaturas do Conselho em publicações e comunicações da SNDCA que foram custeadas com recursos do Fundo, mas que não registram o protagonismo, ou seja, o papel do Conanda e, portanto, não foram consideradas como produtos de comunicação do Conselho.

O portal: www.direitosdacrianca.gov.br, hoje ferramenta central da comunicação do Conanda, continuava apresentando erro na maioria de suas áreas, entre elas, a página principal, inviabilizando a atualização de notícias, destaques, agendas etc. Portanto, os problemas identificados no diagnóstico de elaboração do plano persistiam e não eram desenvolvidas ações de comunicação específicas ao atendimento das demandas do Conselho. O Conanda continuava fora das redes sociais digitais.

As notas públicas e resoluções ainda eram divulgadas pela Secretaria Executiva do Conselho, somente, por e-mail e/ou ofícios aos pares, e por publicação no Diário Oficial da União. O procedimento se repetia independente da relevância temática do instrumento.

1.2. A implementação do plano de comunicação do Conanda

O Cronograma a seguir descreveu, a partir de uma previsão cronológica de execução e de acordo com a vigência deste contrato de consultoria, as ações operacionais previstas para a execução das estratégias relacionadas às etapas 1 e 2 de implementação do plano de comunicação do Conanda:

- Etapa 1 - Apresentação, capacitação e mobilização para a comunicação;
- Etapa 2 – Instalação dos fluxos comunicativos e gestão da comunicação;

As etapas 3 e 4 devem compor um segundo momento de implementação, conforme descrito no plano de comunicação, previsto para ser executado no período de mais um ano:

- Etapa 3 – Sustentabilidade, Integração de fluxos e construção colaborativa dos planos táticos locais e nacional da comunicação;
- Etapa 4 – Mensuração de resultados e atualização da estratégica em comunicação com a elaboração de um novo plano.

Este cronograma operacional foi apresentando no produto 1 desta consultoria permitindo ao Conselho acompanhar o andamento das ações em relação ao

tempo médio para a sua execução. Durante a sua operação, no entanto, foram identificados gargalos e sugeridos ajustes e alterações necessárias. Será a partir deste demonstrativo que serão apresentados os resultados alcançados, além dos processos, fluxos e mecanismos implementados para dar suporte ao estabelecimento das ações que hoje nortearão a comunicação do Conanda.

Vale ressaltar que as atividades de rotina da comunicação como: produção de notícias, releases, informes, comunicados, atendimento de demandas da imprensa e o assessoramento do Conselho para a elaboração de campanhas publicitárias, definição e gestão dos conteúdos para os meios comunicativos, entre outros pontos de rotina para a manutenção da comunicação do Conanda, estão estruturados estrategicamente pelos processos, fluxos e mecanismos implementados no âmbito desta consultoria, no entanto, devem permanecer sendo executados pela assessoria de comunicação do Conanda com base nas informações contidas no Manual que compõe este produto 7, compondo inclusive, planos de ação anuais em comunicação. Estes planos estão previstos para começarem a ser elaborados a partir da 3ª etapa de implementação, já incorporando as atividades previstas no plano estratégico.

O cronograma a seguir, portanto, destaca as ações gerais necessárias à implementação das duas etapas iniciais do plano estratégico. Durante todo o processo de operação, no entanto, foram incluídas, alteradas e excluídas ações específicas relacionadas aos desdobramentos de execução de forma a remodelar o plano a medida que foram surgindo elementos alheios às vontades estratégicas oferecidas por esta consultoria.

1.3. Cronograma operacional

ETAPA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	AÇÕES	PRAZOS
ETAPA 1 DE IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO	Apresentar a proposta estratégica em comunicação do Conanda para a SNDCA e a CMF	MÊS 1
	Apresentar e incorporar à rotina da secretaria executiva do Conanda a proposta de comunicação	MÊS 1
	Entrega produto 1 - Plano Operacional	MÊS 1
	Criar a página do Conanda no Facebook	MÊS 1
	Produção de <i>clipping</i> diário para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	SEMPRE
	Criar o Informativo Interno do Conanda	MÊS 1
	Aprovar e distribuir o informativo	MÊS 1
	Criar o Boletim do Conanda	MÊS 1
	Aprovar e distribuir o boletim	MÊS 1
	Auxiliar na definição de contratação dos serviços e equipamentos necessários à implementação do plano Comunicação do Conanda	MÊS 2
	Assessorar a CMF nas atividades de comunicação e mobilização	SEMPRE
	Assessoria de Imprensa do Conanda	SEMPRE
	Reestruturar os meios comunicativos existentes	MÊS 2
	Entrega produto 2 - proposta de comunicação com a rede de assistência com projetos dos boletins e informativos utilizados	MÊS 2
	Elaborar a proposta para a reestruturação do portal	MÊS 2
	Estabelecer, a partir da criação dos meios comunicativos, a rotina em comunicação interna e externa do Conanda	MÊS 3
	Modernização da marca do Conanda	MÊS 4
	Entrega produto 3 - projeto para a capacitação do Conselheiros do Conanda para a comunicação	MÊS 4
	Criar padrões de Identidade visual para as comunicações, materiais, apresentações e demais materiais com a nova marca	MÊS 5
	Divulgar os novos meios comunicativos interna e externamente	MÊS 5
	Apoiar tecnicamente a produção de conteúdos colaborativos do G3B	MÊS 5
	Criar o informativo "lúdico" do Conanda para informação dirigida às crianças e adolescentes	MÊS 5
	Elaborar projeto para a capacitação do G3B ou qualquer outra representação de crianças e adolescentes no conselho	MÊS 5
	Lançar o novo portal do Conanda	MÊS 5
	Implementação da proposta de reestruturação do portal do Conanda	MÊS 5
	Criação e moderação técnica de um espaço virtual interativo e restrito para uso dos conselheiros do conanda a "Plenária Virtual"	MÊS 5
	Mobilizar os segmentos para o recebimento dos conteúdos colaborativos	MÊS 5

ETAPA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	AÇÕES	PRAZOS
ETAPA 2 DE IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO	Elaborar projeto para a capacitação dos conselhos de direitos para a	MÊS 6
	Entrega produto 4 - proposta de seleção de pautas relevantes, assessoria de imprensa e fluxo de comunicação com a SNDCA	MÊS 6
	Elaborar proposta para a execução das atividades de diálogo e participação presenciais e virtuais do conselho	MÊS 6
	Elaborar proposta para a confecção do kit institucional do conanda	MÊS 6
	Elaborar proposta de regulamento e formato para a realização do concurso de boas práticas em publicações lúdicas sobre o ECA	MÊS 6
	Fazer o mapeamento de parceiros institucionais para contribuírem com a produção colaborativa dos conteúdos a serem comunicados	MÊS 7
	Apoiar tecnicamente a produção de conteúdos colaborativos do G3B	SEMPRE
	Entrega produto 5 - proposta de atualização dos conteúdos do portal e demais redes virtuais	MÊS 7
	Moderação técnica de um espaço virtual interativo e restrito para uso dos conselheiros do conanda a "Plenária Virtual"	SEMPRE
	Criar ambiente virtual no portal para a divulgação da agenda do Conanda com as representações dos conselheiros	MÊS 7
	Elaborar proposta para SAC 2.0 para portal e redes sociais, contendo áreas de perguntas frequentes	MÊS 8
	Organizar nutirões de compartilhamento dos conteúdos virtuais produzidos por crianças e adolescentes	MÊS 8
	Entrega produto 6 - projeto editorial e de gestão das redes sociais do Conanda e seu monitoramento	MÊS 8
	criação de campanhas virtuais sobre temas de interesse para crianças e adolescentes e Conanda	MÊS 9
	Elaborar as guias de referência com recomendações dirigidas aos conselheiros e o desempenho de seu papel no Conanda	MÊS 10
	elaborar estratégia para a mobilização dos públicos do Conanda	MÊS 10
	Mapear e mobilizar os gestores e órgãos públicos com programas e políticas dedicados ou com apelo a crianças e adolescentes	MÊS 10
	Criar Newsletter dedicada a informação periódica de gestores e órgãos públicos de interesse	MÊS 11
	Elaborar proposta de rodadas e encontros virtuais para o debate sobre as recomendações e resoluções do Conanda dirigido à gestores	MÊS 11
	Criação de folders digitais para a comunicação dirigida a gestores públicos e demais segmentos	MÊS 11
Elaboração de kit imprensa com os materiais institucionais do Conanda	MÊS 11	
Entrega produto 7 - relatório analítico de execução do plano de comunicação do conanda	MÊS 11	

2.2. Produção de conteúdos em comunicação gerados a partir da implementação do plano de comunicação do Conanda

No gráfico a seguir está o volume da produção de conteúdos em comunicação gerados a partir da implementação das duas primeiras etapas do Plano de Comunicação do Conanda.



Figura 1: Volume de atividades executadas

Na tabela a seguir está a descrição das atividades em comunicação executadas, durante o período de vigência desta consultoria, a partir das diretrizes estratégicas, fluxos e processos implementados e descritos no Manual apresentado no item 5 deste produto 7:

PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO EXECUTADOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	EXECUTADO EM	
Apresentar a proposta estratégica em comunicação do Conselho para a SNOCA e a CNF	MÊS 1	
Apresentar e incorporar à rotina da secretaria executiva do Conselho a proposta de comunicação		
Criar o informativo interno do Conselho		
Aprovar e distribuir o informativo		
Cobertura da Assembleia 358		
Assessorar a CNF nas atividades de comunicação e mobilização		
Criar o Boletim do Conselho		
Aprovar e distribuir o boletim		
Iniciar o trabalho de atualização de conteúdos do portal da criança e do adolescente		
Criar a página do Conselho no Facebook		
Entrega produto 1 - Plano Operacional		
Produção e publicação de 3 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente		
PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO EXECUTADOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	PRAZO	
Auxiliar na definição de contratação dos serviços e equipamentos necessários à implementação do plano Comunicação do Conselho	MÊS 2	
Elaborar a proposta para a reestruturação do portal www.direitosdacrianca.gov.br		
Implementar a proposta de reestruturação do portal		
Atualizar os conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente		
Produzir o 2º Informativo interno do Conselho		
Aprovar e distribuir o informativo		
Cobertura da Assembleia 359		
Produzir o 2º Boletim do Conselho		
Aprovar e distribuir o boletim		
Entrega produto 2 - proposta de comunicação com a rede de assistência com projetos dos boletins e informativos utilizados		
Criação e moderação técnica de um espaço virtual interativo e restrito para uso dos conselheiros do conselho a "Plenária Virtual"		
Produção e publicação da arte do banner do Edital 2017 do Conselho no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente e Facebook SNOCA		
Produção e publicação da arte do banner da Resolução 183 do Conselho no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente e Facebook SNOCA		
Produção e publicação da arte do banner para doação ao FNCA pelo IPDF 2017 no Portal e Facebook SNOCA		
Distribuição do banner aos membros do Conselho para compartilhamento em suas redes		
Criar a página do Conselho no Facebook		
Produção de clipping para reconhecimento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho		
Publicação e distribuição do Clipping		
Produção de formulário eletrônico para levantamento de dados dos CEDCAS		
Distribuição do formulário		
Follow up do formulário		
Construir mailing do Conselho para envio das comunicações		
Produção e publicação de 9 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente		

PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO EXECUTADOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	PRAZO
Construir mailing do Conanda para envio das comunicações	MÊS 3
Cobertura da audiência pública no CDH da Câmara dos Deputados	
produção de áudio, matéria e edição de fotos da audiência pública	
Envio de planilha com o resultado da coleta de dados (formulário) para a coordenadora da CNF	
Moderação técnica de um espaço virtual interativo e restrito para uso dos conselheiros do conanda a "Plenária Virtual"	
criar ambiente virtual no portal para a divulgação da agenda do Conanda com as representações dos conselheiros	
Modernização da marca do Conanda	
criar padrões de identidade visual para as comunicações, materiais, apresentações e demais materiais com a nova marca	
Produção de clipping para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	
Atualizar os conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	
Produção e publicação da arte do banner da Resolução 385 do Conanda no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente e Facebook SNECA	
Estabelecer a rotina de Assessoria de Imprensa do Conanda	
Produção e publicação de 7 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	
PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO EXECUTADOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	
Atualizar os conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	MÊS 4
Produzir o 3º Informativo Interno do Conanda	
Aprovar e distribuir o informativo	
Cobertura da Assembleia 261	
Produzir o 3º Boletim do Conanda	
Aprovar e distribuir o Boletim	
Produção de vídeos sobre a Resolução de Participação	
Edição de quatro vídeos: 3 sobre participação e 1 sobre o edital 2017	
Produção de texto de release sobre a aprovação da resolução de participação e encaminhamento à Assessoria do SNECA	
Edição de card para a divulgação sobre prorrogação do Edital do Conanda	
Atualização dos conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente (pags. estatísticas, agenda, etc...)	
Moderação técnica do espaço restrito aos membros do Conanda "Espaço dos Conselheiros"	
Produção de assinatura padrão para o Conanda	
Produção e publicação de 12 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	
Produção de clipping para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	
Criação e configuração da página do Conanda no Facebook	
Publicação da página do Conanda no Facebook	
Elaborar proposta para a confecção do kit institucional do conanda	
Divulgar o Portal e demais comunicações do Conanda para as entidades cadastradas no mailing do Conanda	
Fazer o mapeamento de parceiros institucionais para contribuírem com a produção colaborativa dos conteúdos a serem comunicados	

PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO DISCUTIDOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	PRAZO
Atualização dos conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente (pags. estáticos, agenda, etc...)	MÊS 5
Cobertura da Assembleia 262 ^o	
Produção do 4 ^o Boletim do Conanda	
Aprovação e distribuição do 4 ^o Boletim	
Produção de clippings setoriais para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	
Criação de ambiente virtual no Portal para acesso restrito aos membros da Comissão de Seleção do Edital 2017 do Conanda	
Moderação técnica do espaço restrito aos membros da Comissão de seleção do edital 2017 do Conanda	
Moderação técnica do espaço restrito aos membros do Conanda "Espaço da(o) conselheira(o)"	
Criação da arte do banner de divulgação da publicação da Resolução nº 191 (participação)	
Criação da arte do banner de divulgação da 1 ^a avaliação do SINASE	
Criação da arte do banner de divulgação do Resultado Preliminar do Edital 2017 do Conanda	
Elaboração da proposta de plano de ação para campanha virtual do SINASE	
Produção e publicação de 08 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	
PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO DISCUTIDOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	PRAZO
Atualização dos conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente (pags. estáticos, agenda, etc...)	MÊS 6
Cobertura da Assembleia 263 ^o	
Cobertura da audiência pública em celebração dos 27 anos de ECA na Câmara dos Deputados	
Edição e publicação de galerias de fotos sobre a Assembleia 262 e a Audiência Pública	
Produção do 4 ^o Boletim do Conanda	
Aprovação e distribuição do 4 ^o Boletim	
Produção de clippings setoriais para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	
Criação de padrões de identidade visual para as assinaturas, timbrados e apresentações do Conanda	
Criação de arte de convite e informe eletrônico sobre Assembleia e Audiência Pública	
Moderação técnica do espaço restrito aos membros do Conanda "Espaço da(o) conselheira(o)"	
Criação da arte do banner de divulgação da Resolução 194 que altera a Resolução 137 sobre a criação e funcionamento dos FDCAs (fundos)	
Criação da arte do banner de divulgação do Resultado Final do Edital	
Produção e publicação de 10 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	
PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO DISCUTIDOS A PARTIR DAS ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS OPERACIONAIS	PRAZO
Atualização dos conteúdos do Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente (pags. estáticos, agenda, etc...)	MÊS 7
Cobertura da Assembleia 264 ^o	
Cobertura do Encontro Nacional dos Conselhos de Direitos das Crianças e Adolescentes	
Edição e publicação de galerias de fotos sobre a Assembleia 264 e do Encontro Nacional	
Produção do 5 ^o Boletim do Conanda	
Aprovação e distribuição do 5 ^o Boletim	
Produção de clippings setoriais para monitoramento de matérias relacionadas aos temas de interesse do Conselho	
Moderação técnica do espaço restrito aos membros do Conanda "Espaço da(o) conselheira(o)"	
Criação da arte do banner de divulgação do balanço de doações para o Fundo Nacional da Criança e do Adolescente	
Criação da arte do banner de divulgação do cadastramento de fundos para receber doações dedutíveis no imposto de renda	
Produção e publicação de 10 notícias no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente	

2.3. Produção de conteúdos para o Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente

- Conteúdos informativos/ Jornalísticos:

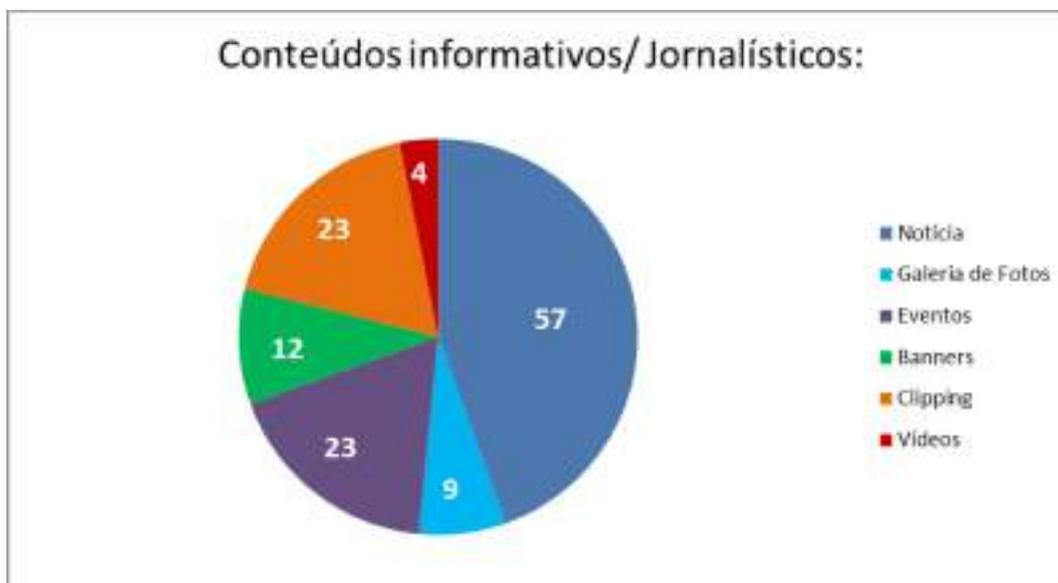


Figura 2: Volume de conteúdos informativos/ Jornalísticos

- Conteúdos informativos / Documentos públicos e de áreas restritas (Espaço da (o) Conselheira(o) e Comissão de seleção do edital 2017)

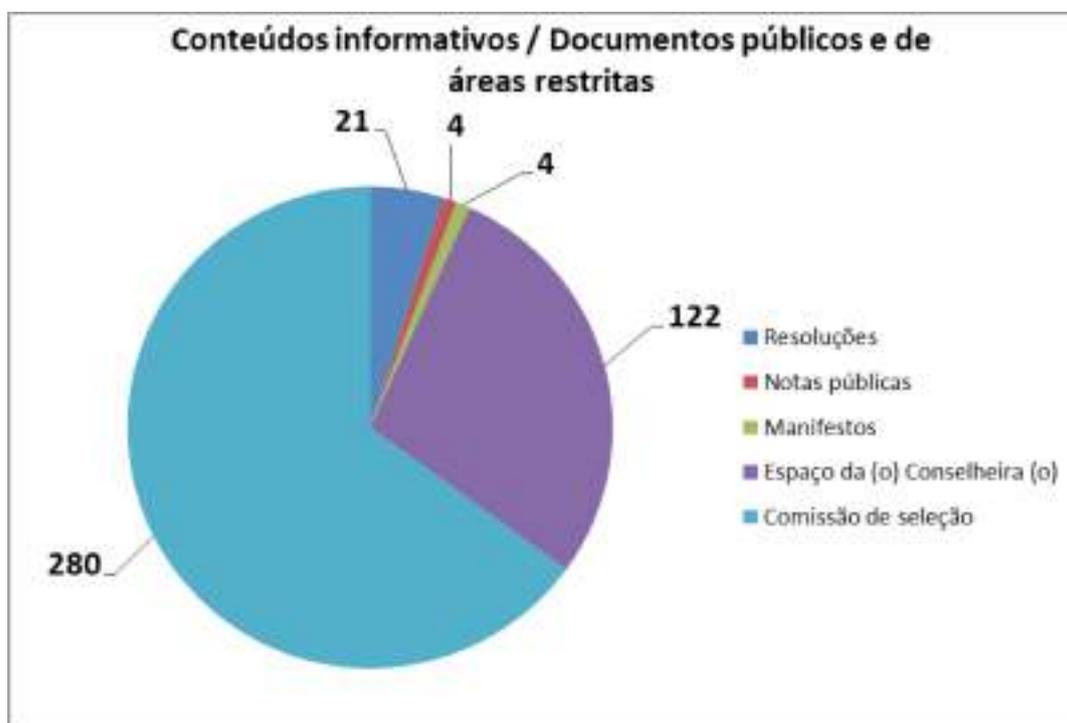


Figura 3: Volume de conteúdos informativos / documentos públicos e de áreas restritas (Espaço da (o) Conselheira(o) e Comissão de seleção do edital 2017)

2.4. Produção de conteúdos para redes sociais

Apesar de o Conselho ter adiado a criação dos perfis de redes sociais digitais sugeridos por esta consultoria, constam do Manual apresentado no item 5 deste produto 7 as orientações e critérios editoriais necessários a subsidiar a gestão destas ferramentas pelos profissionais de comunicação responsáveis pela manutenção da estrutura em comunicação implementada.

A título de verificar a aplicação das estratégias elaboradas por esta consultoria, foi utilizada a página da Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (SNDCA) para veicular as ações do Conselho, assim como, para demonstrar, na prática, os resultados alcançados e a importância da utilização destas ferramentas para a comunicação do Conanda.

- Resultados alcançados por post publicado:



Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Ferraz (1) · 31 de maio · 🌐

Você pode destinar 3% do seu imposto de renda devido para o Fundo Nacional da Criança e do Adolescente. A doação pode ser feita diretamente da declaração. Saiba como: <http://migre.me/wiadt>



VOCÊ SABIA ?

Parte do que você paga de imposto de renda pode ser destinado ao Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente.

DOE DIRETO DA SUA DECLARAÇÃO ANUAL !

CONANDA

👍 Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos

20.795 Pessoas alcançadas

578 Reações, comentários e compartilhamentos

286 Curtir	43 Na publicação	243 Em compartilhamentos
14 Amor	5 Na publicação	9 Em compartilhamentos
6 Festa	0 Na publicação	6 Em compartilhamentos
1 Uau	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
3 Oh	0 Na publicação	3 Em compartilhamentos
74 Comentários	1 Em uma publicação	73 Em compartilhamentos
194 Compartilhamentos	182 De uma publicação	12 Em compartilhamentos

509 Cliques em publicações

186 Visualizações de foto	38 Cliques no link	285 Outros cliques 📄
-------------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Ferraz (1) · 22 de maio · 🌐

Conanda promoga até 28 de maio o prazo para organizações da sociedade civil apresentarem projetos que serão financiados com recursos do Fundo Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. Confira o novo cronograma: <http://migre.me/wiadt>



CHAMAMENTO PÚBLICO

Confira o EDITAL 2017 da Conanda!

Serão mais de 8 milhões destinados a projetos voltados à promoção, à proteção e à defesa dos Direitos de Crianças e Adolescentes.

FIQUE ATENTO AO CRONOGRAMA DE SELEÇÃO

CONANDA

👍 Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Impulsione esta publicação por R\$ 63 para alcançar até 25.000 pessoas

20.224 pessoas alcançadas [Impulsione publicação](#)

👍 175 41 comentários 230 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

20.224 Pessoas alcançadas

711 Reações, comentários e compartilhamentos

386 Curtir	170 Na publicação	226 Em compartilhamentos
11 Amor	8 Na publicação	6 Em compartilhamentos
72 Comentários	50 Em uma publicação	22 Em compartilhamentos
232 Compartilhamentos	230 De uma publicação	2 Em compartilhamentos

1.052 Cliques em publicações

302 Visualizações de foto	252 Cliques no link	498 Outros cliques 📄
-------------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

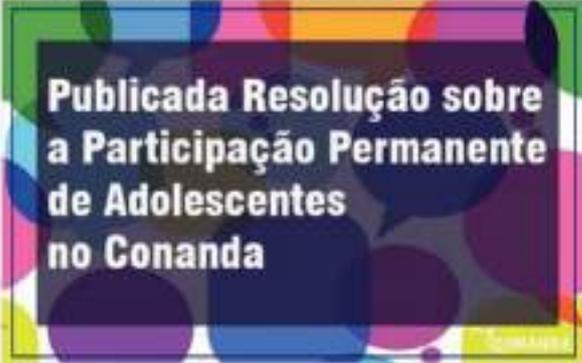
4 Ocultar publicação 0 Ocultar todas as publicações

0 Denunciar como spam 0 Checar Perfil

As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece na publicação

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Passos (1) - 14 de junho - 48

O Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – Conanda vai instituir um comitê formado por adolescentes para participar das decisões do colegiado. #MaisVoz #MaisParticipação #ParticipaçãoDeAdolescentes
Conheça a resolução do Conanda: goo.gl/z1AXiB



Publicada Resolução sobre a Participação Permanente de Adolescentes no Conanda

Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Impulsione esta publicação por R\$ 63 para alcançar até 25.000 pessoas.

23.513 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

247 curtidas 17 comentários 298 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

23.513 Pessoas alcançadas

1.219 Reações, comentários e compartilhamentos

807 Curtir	227 Na publicação	580 Em compartilhamentos
72 Amor	20 Na publicação	52 Em compartilhamentos
1 Inferno	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
2 Inus	0 Na publicação	2 Em compartilhamentos
41 Comentários	18 Em uma publicação	23 Em compartilhamentos
294 Compartilhamentos	290 De uma publicação	4 Em compartilhamentos

717 Cliques em publicações

145 Visualizações de foto	111 Cliques no link	461 Outros cliques
------------------------------	------------------------	-----------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	1 Ocultar todas as publicações
1 Denunciar como spam	0 Denunciar Página

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Passos (1) - 22 de junho - 48

Foi publicada nesta semana a portaria que define os membros da Comissão de Avaliação do Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo – SINASE. Composta por conselheiros e adolescentes indicados pelo Conanda e representantes de órgãos governamentais, a Comissão fará a primeira avaliação do SINASE, desde a sua criação. Saiba mais: goo.gl/rwngp2y



1ª Avaliação do Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo

Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Impulsione esta publicação por R\$ 63 para alcançar até 25.000 pessoas.

8.677 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

100 curtidas 9 comentários 104 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

8.677 Pessoas alcançadas

472 Reações, comentários e compartilhamentos

334 Curtir	196 Na publicação	138 Em compartilhamentos
9 Amor	3 Na publicação	6 Em compartilhamentos
2 Inus	0 Na publicação	2 Em compartilhamentos
20 Comentários	16 Em uma publicação	10 Em compartilhamentos
107 Compartilhamentos	104 De uma publicação	3 Em compartilhamentos

397 Cliques em publicações

89 Visualizações de foto	76 Cliques no link	222 Outros cliques
-----------------------------	-----------------------	-----------------------

FEEDBACK NEGATIVO

1 Ocultar publicação	1 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Denunciar Página

As estatísticas referentes podem estar desatualizadas em relação ao que aparece nas publicações.

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Passos (1) · 29 de junho · 🌐

Divulgado o Resultado Preliminar do Edital 2017 do Conanda. Foram mais de 100 propostas inscritas e 19 habilitadas após análises da Comissão de Seleção do Edital. Saiba mais: goo.gl/buU536

RESULTADO PRELIMINAR
EDITAL 2017 DO CONANDA

Foram mais de **100 projetos inscritos e 19 habilitados**.
As entidades têm até **06/07** para a interposição de recursos.
O Resultado Final será publicado no dia 21/07.



👍 Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos impulsionando esta publicação por R\$ 63 para alcançar até 25.000 pessoas.

2.328 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

👍👎 34 1 comentário · 13 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

2.328 Pessoas alcançadas

56 Reações, comentários e compartilhamentos

39 Curtir	32 Na publicação	7 Em compartilhamentos
1 Amor	3 Na publicação	0 Em compartilhamentos
2 Comentários	1 Em uma publicação	1 Em compartilhamentos
13 Compartilhamentos	13 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

101 Clipes em publicação

45 Visualizações da foto	33 Clipes no link	23 Outros clipes 🌐
------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

1 Ocultar publicação	0 Ocultar links em publicação
0 Denunciar como spam	0 Desocultar Página

As estatísticas interativas podem estar desativadas em relação ao que aparece nas publicações.

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Thais Passos (1) · 01 de julho · 🌐

Os conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente agora podem deliberar, por resolução própria, a aplicação de recursos em aquisição, construção, reforma, manutenção e/ou aluguel de imóveis públicos e/ou privados, desde que para uso exclusivo da política da infância e da adolescência.

Confira a íntegra da Resolução nº 137 e a Resolução nº 194 e veja o que muda a partir desta deliberação do Conanda.



CONFIRA !

CONANDA ALTERA RESOLUÇÃO Nº 137 SOBRE A CRIAÇÃO E FUNCIONAMENTO DOS FUNDOS DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE.



62.357 Pessoas alcançadas

1.812 Reações, comentários e compartilhamentos

1.024 Curtir	242 Na publicação	782 Em compartilhamentos
21 Amor	4 Na publicação	17 Em compartilhamentos
2 Fúria	1 Na publicação	1 Em compartilhamentos
7 Luz	1 Na publicação	6 Em compartilhamentos
2 Triste	1 Na publicação	1 Em compartilhamentos
2 Go	0 Na publicação	2 Em compartilhamentos
164 Comentários	82 Em uma publicação	82 Em compartilhamentos
590 Compartilhamentos	590 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

2.456 Clipes em publicação

559 Visualizações da foto	7 Clipes no link	1.890 Outros clipes 🌐
-------------------------------------	----------------------------	---------------------------------

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
 Publicado por Ana Cláudia Castro (1) · 17 de agosto de 15:58 · 🌐

A Resolução nº 199 do Conanda aprova as orientações sobre os procedimentos e responsabilidades dos órgãos e profissionais envolvidos, direta e indiretamente, pela atuação do Comitê de Participação de Adolescente (CPA). Saiba mais: <http://bit.ly/2w6cT3G>



Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
 Impulsione esta publicação por R\$ 63 para alcançar até 25.000 pessoas.

30.843 pessoas alcançadas [Impulsione publicação](#)

👍👎👏 243 24 comentários · 389 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

30.843 Pessoas alcançadas

1.386 Reações, comentários e compartilhamentos

825 Curtir	364 Na publicação	581 Em compartilhamentos
13 Amor	7 Na publicação	6 Em compartilhamentos
2 Uau	2 Na publicação	0 Em compartilhamentos
41 Comentários	27 Em esta publicação	14 Em compartilhamentos
389 Compartilhamentos	389 De esta publicação	6 Em compartilhamentos

1.102 Cliques em publicações

203 Impulsão de texto	304 Cliques no link	598 Cliques de vídeo
---------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

3 Ocultar publicação 0 Ocultar todas as publicações

0 Denunciar como spam 0 Descurtir Página

As estatísticas interativas podem estar desativadas em relação às que aparecem nas publicações.



Direitos da Criança e do Adolescente Brasil

Publicado por Ana Cláudia Castro | 11 de setembro às 18:26 |

O Ministério dos Direitos Humanos abriu nesta segunda-feira (11) o prazo de cadastramento dos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente em situação regular para receber doações dedutíveis do Imposto de Renda. A lista atualizada será encaminhada até 31 de outubro à Receita Federal para inclusão no Programa Gerador da Declaração do Imposto de Renda de 2018. Saiba mais: <http://bit.ly/2V5hepc>



35.743 Pessoas alcançadas

1.335 Reações, comentários e compartilhamentos

774 Curtir | 387 Na publicação | 387 Em compartilhamento

14 Amor | 5 Na publicação | 9 Em compartilhamento

1 Feliz | 0 Na publicação | 1 Em compartilhamento

1 Uau | 1 Na publicação | 0 Em compartilhamento

134 Comentários | 113 Em uma publicação | 21 Em compartilhamento

412 Compartilhamentos | 408 De uma publicação | 6 Em compartilhamento

1.806 Cliques em publicações

228 Visualizações de foto | 75 Cliques no link | 1.505 Outros cliques

FEEDBACK NEGATIVO

3 Ocultar publicação | 0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam | 0 Denunciar página

As estatísticas intermediárias podem estar desatualizadas em relação ao

3. RELATÓRIO QUALITATIVO DAS AÇÕES DE IMPLEMENTAÇÃO DAS ETAPAS 1 E 2 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA

3.1. Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente:

A proposta conceitual do plano de comunicação do Conanda prevê, prioritariamente, que se estabeleça uma comunicação em rede e na rede. Para tanto, o estabelecimento de um instrumento central para esta comunicação se fez necessário, pois as informações circulam utilizando-se deste meio comunicativo, e para ele convergem as comunicações internas e externas.

O Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente, www.direitosdacrianca.gov.br é, portanto, considerado por esta consultoria, como uma mídia estratégica, que vai concentrar conteúdos de referência e complementares a todas as comunicações previstas no plano de comunicação do Conanda. Nele podem convergir as comunicações veiculadas nas redes sociais digitais, as repercutidas pela mídia, as divulgadas em materiais impressos e demais mídias que, muitas vezes, em função dos formatos, limitações editoriais e tecnológicas não permitem que a comunicação aconteça de forma a disponibilizar o volume de informação que a instituição pretende comunicar.

Para tanto, é importante relatar que este ambiente digital, completo e atualizado, é hoje o centro necessário ao embasamento da comunicação do Conanda, já que é um local de busca permanente dos diversos públicos quando estes desejam se informar sobre o Conanda.

Além de ser o alicerce da comunicação em rede e da convergência de mídias propostas, o Portal exerce a importante função de ferramenta de comunicação interna. Por meio dele hoje é possível: criar ambientes de uso restrito para a troca de documentos e textos de referência entre membros do conselho e secretaria executiva; desafogar a equipe da secretaria executiva para a disponibilização de conteúdos, processos estes antes feitos por e-mail diariamente; concentrar em um único ambiente e de fácil acesso conteúdos que podem ser consultados pelos diversos públicos do Conanda a todo tempo; além de possibilitar a veiculação de notícias, banners, conteúdos multimídia, biblioteca digital, entre outros. E futuramente, a partir da modernização de sua tecnologia, abarcar ferramentas de

interação dos públicos com os conteúdos disponíveis, além de facilitar a promoção de atividades de participação social digital.

No entanto, é importante ressaltar que, para que a ferramenta continue exercendo esta função estratégica para a comunicação do Conanda, é necessário manter a cultura, demonstrada nos gráficos e no relatório qualitativo apresentado no item anterior, de utilização do Portal, ou seja, sempre incorporar o seu uso nas ações e atividades de comunicação e administração da secretaria executiva do Conselho indicando-o aos diversos públicos no maior número possível de comunicações.

3.2. Redes sociais:

Esta consultoria ressaltar neste relatório qualitativo que, nos dias de hoje, é fundamental incorporar o uso das redes sociais digitais às estratégias em comunicação das organizações, já que, segundo dados e estudos recentes sobre o uso destas ferramentas, é possível constatar que mais da metade da população mundial têm se utilizado das redes sociais digitais como meio de informação, comunicação e interação.

Haja vista a importância, a visibilidade e o uso frequente destes meios para a comunicação entre indivíduos e organizações nos dias de hoje, como também, a necessidade de compor a estrutura de comunicação em rede aprovada pelo Conselho, e a partir da experiência na execução das ações estratégicas previstas por esta consultoria, aplicadas no Facebook da SNDCA, cujo resultados quantitativos estão apresentados no item anterior, demonstram a importância destas mídias digitais para o alcance dos públicos de interesse do Conselho.

Para tanto é importante neste relato qualitativo dar ênfase à necessidade de se ampliar o olhar para a utilização das redes sociais digitais no escopo da comunicação do Conanda. Mais do que recomendar o uso destas novas mídias, o papel desta consultoria é o de ressaltar a importância destes meios de comunicação e participação ao estabelecimento do diálogo com os diversos públicos de interesse do Conselho, assim como, para a disputa de narrativas que subsidiarão o Conanda, mesmo que de forma indireta, no desempenho de suas ações para a participação e controle social, assim como, para a disseminação de informações de referência acerca dos temas relacionados à defesa, à proteção e à promoção dos Direitos da Criança e do Adolescente no Brasil.

4. MANUAL DE CONDUTA E DE GESTÃO DOS INSTRUMENTOS E FLUXOS DE COMUNICAÇÃO DO CONANDA

4.1. Introdução

O presente documento tem como objetivo sistematizar, de forma a orientar, as instruções e recomendações estratégicas elaboradas no âmbito da consultoria em comunicação para a elaboração de fluxo e avaliação da implementação e execução do Plano de Comunicação aprovado pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) e voltado para o fortalecimento dos mecanismos de participação.

Para tanto, este Manual se propõe a ser um material de consulta permanente, dirigido aos profissionais de comunicação que, responsáveis por manter a rotina de comunicação implementada no âmbito do conselho, poderão revisitar as diretrizes e orientações elaboradas, com base nos conceitos técnicos e estruturais aprovados pelo Colegiado, dando assim seguimento à proposta conceitual prevista no plano de comunicação e executando as ações conforme as premissas necessárias à manutenção e sustentabilidade deste formato de gestão da comunicação.

4.2. Missão, visão, valores do Conanda

Faz-se necessário o resgate das propostas de Missão, Visão e Valores do Conanda, aprovados no âmbito do plano de comunicação, dada a sua relevância em relação às mensagens em que serão baseadas todas as ações em comunicação. São eles:

- **Missão do Conanda:** Ser um órgão consultivo, deliberativo e controlador das ações de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil.
- **Visão do Conanda:** Ser um órgão com incidência política e de referência, promotor e mobilizador, no controle social das ações e políticas de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil.

- **Valores do Conanda:**

- Contribuição, avaliação, articulação e valorização das ações e políticas de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil;
- Busca pela integração e cooperação entre Conselhos Estaduais, Distrital, Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, Conselhos Tutelares, os diversos Conselhos Setoriais, órgãos estaduais, distritais e municipais e entidades não-governamentais, apoiando-os para tornar efetiva a aplicação dos princípios, das diretrizes e dos direitos estabelecidos na Lei;
- Promoção da cooperação entre os governos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios e a sociedade civil organizada, na formulação e execução da política nacional de atendimento dos direitos da criança e do adolescente;
- Promoção e criação de mecanismos que estimulem e garantam maior protagonismo juvenil nos espaços deliberativos e políticos;
- Promoção da mobilização e controle social, disseminação de informações e construção do conhecimento acerca dos direitos da criança e adolescente no Brasil.

- **Posicionamento atual do Conanda**

Órgão consultivo e deliberativo composto por entidades de referência, governamentais e da sociedade civil organizada, forte e atuante entre os pares, mas pouco articulado e desconhecido por grande parte da sociedade.

- **Posicionamento futuro (desejado) do Conanda**

Órgão de referência e incidência política e social nacional, articulador, mobilizador, deliberativo e consultivo que promove e estimula a participação e o controle social, além de contribuir efetivamente para a elaboração e avaliação das ações e políticas de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil.

- **Diretrizes da comunicação do Conanda são:**

- Implementar cultura para a comunicação no Conanda;
- Promover, por meio da comunicação e interação entre os públicos do Conselho, maior circulação e troca de informações, estimulando a ampliação da transparência dos processos e atividades;
- Estabelecer e estimular a comunicação em rede;
- Oferecer estrutura técnica adequada à organização, orientação,

capacitação e mediação dos fluxos comunicativos gerados pela implementação de uma comunicação em rede;

- Reconhecer, valorizar, estimular e amplificar a produção em comunicação dos parceiros, pesquisadores e, principalmente, das crianças e adolescentes, via meios comunicativos gerenciados pelo Conselho;
- Utilizar-se da comunicação para influenciar a opinião pública e mobilizar atores importantes à defesa e proteção dos direitos da criança e adolescente do Brasil;
- Ocupar de forma estratégica os espaços de comunicação e de opinião. Onde houver debate público aberto sobre e para a defesa e proteção dos direitos da criança e adolescente o Conanda deve estar presente, assumindo assim maior protagonismo na disputa de narrativas e valores na sociedade.

- **Objetivo Geral da comunicação do Conanda**

Apresentar soluções contínuas e contribuir para a execução das ações institucionais do Conanda, com estratégias e atividades em comunicação que, em concordância com as diretrizes deste plano, subsidiarão a melhoria progressiva da imagem do Conanda nacional e internacionalmente no que se refere à promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil.

- **Missão da comunicação do Conanda**

Atingir, por meio de estratégias estimulantes aos diálogos e socialização da informação, os segmentos almejados, contribuindo assim para a promoção da participação social, consolidação das ações e o protagonismo do Conanda na promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil.

- **Metas da comunicação do Conanda**

- Contribuir estrategicamente com o alcance das metas e prioridades do Conanda;
- Promover melhor esclarecimento sobre o papel do Conanda junto a seus diversos públicos;
- Envolver segmentos-chave na manutenção da interação, mobilização e troca de experiências, fortalecendo a comunicação em rede e estimulando a sustentabilidade dos processos comunicativos do Conanda;
- Criar meios e mecanismos para difundir informações sobre a importância do Conanda para o diálogo, a escuta infanto-juvenil, a promoção,

- proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil;
- Criar meios de promoção do Conanda, tornando-o um órgão reconhecido e de referência entre os segmentos a serem alcançados, especialmente, pela sociedade brasileira;
 - Reforçar por meio da comunicação e disseminação da informação os conceitos que norteiam o trabalho e função social do Conanda, com foco no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Plano Decenal e Política Nacional de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil;
 - Contribuir para a ampliação da incidência política e social do Conanda.

4.3. Fluxos comunicativos do Conanda com a rede de promoção dos direitos da criança e do adolescente

A definição de fluxos tem por objetivo facilitar a gestão da comunicação, assim como, padronizar alguns procedimentos, especialmente os mais recorrentes à rotina em comunicação estabelecida durante a implementação de uma cultura de comunicação participativa e em rede, tornando-os transparentes em relação aos critérios gerais de avaliação e aprovação de conteúdos.

Faz-se necessário ressaltar, no entanto que, assim como as demais ações operacionais, os fluxos sugeridos aqui não são imutáveis e, portanto, devem ser submetidos à prática para que sejam reformulados, caso necessário, até se concretizarem como regras. Só a partir da formulação e definição de uma política de comunicação do Conanda esses fluxos se estabelecem como normas, mas esta etapa deverá a ser definida no próximo ciclo estratégico em comunicação.

Considerando os precedentes da comunicação do Conanda com a rede de promoção dos direitos da criança e do adolescente descritos no item anterior (3) deste produto, a consultoria apresenta a seguir os fluxos, elencados por tipo de comunicação, indicados para a gestão de conteúdos previstos para as primeiras etapas de implementação da comunicação com os públicos de interesse do Conselho, componentes da rede de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil. São eles:

4.4. Comunicações digitais

Fluxo para a produção, publicação e compartilhamento de notícias, artigos, informes, notas e outros conteúdos multimídia em meios digitais (Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente, Redes sociais, Boletins):

- **Procedimento recomendado**

Passo 1 – Para encaminhar a demanda, recomenda-se que a demandante elabore um briefing (texto explicativo) sucinto que indique basicamente: Nome da iniciativa; quando vai acontecer; onde vai acontecer; qual o envolvimento do Conanda/ CEDCAS ou CMDCA e/ou qual a relevância para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil; o que é a iniciativa (é um programa, evento, plano, reunião etc...); quem são as fontes (contatos das pessoas que respondem oficialmente pela iniciativa); e se a produção da matéria demanda o deslocamento de um jornalista para cobertura da pauta.

Passo 2 – Os critérios para a avaliação positiva da proposta são:

- **Relevância** - As propostas com alto grau de relevância são as que dialogam diretamente com as ações e propostas do Conanda, e/ou com iniciativas diretamente relacionadas com a temática da promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil (políticas, programas, planos, reuniões, eventos, iniciativas de redes/coletivos, movimentos sociais, entre outros).

Não serão consideradas relevantes ações pontuais não relacionadas com as pautas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil. Também não são relevantes presenças de conselheiras(os), sem participação efetiva, ou seja, sem apresentação do Conanda/CEDCA/CMDCA) ou de políticas e iniciativas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil, como também, reuniões técnicas e preliminares, sem algum encaminhamento que renda informação de resultados e/ou parceria efetiva para um objetivo concreto (Ex.: reunião para avaliar a possibilidade de instituir parceria) neste caso, o demandante deve preferir divulgar algo mais concreto. A divulgação precipitada esvazia a possibilidade de a repercussão ser melhor ao concluir o processo ou ao concretizar a proposta.

Este critério prevê exceções desde que discutidas com a Secretaria Executiva do Conanda, e sempre que esta julgar relevante.

- **Briefing (informações sobre a iniciativa)** – para que a iniciativa seja considerada relevante, é fundamental que o briefing encaminhado pela demandante esteja o mais completo possível, conforme indicado no “passo 1” para que a comunicação possa identificar ganchos jornalísticos que vão potencializar o alcance e a forma como será comunicada a iniciativa.
- **Antecedência** – quanto maior a antecedência, melhor para a comunicação desenvolver ações criativas e que podem ir além da mera publicação de registro no Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente. A antecedência permite que a divulgação da iniciativa ganhe foco no planejamento de ações de comunicação complementares à publicação no Portal, (Ex.: Portal+ redes sociais + convergência de mídia com as entidades com assento no Conanda+ veículos da SNDCA).

Dinamiza o processo comunicativo favorecendo o alcance dos resultados desejados, permite maior visibilidade da iniciativa que, ganha mais tempo de exposição, e também, dá status prioritário já que a demanda ganha maior amplitude contemplando a mobilização de outros públicos.

Avaliação Negativa – a avaliação negativa de publicação da ação demandada não deve representar que não haverá registro. Após a avaliação, neste caso, é responsabilidade da comunicação encaminhar e-mail à demandante informando o motivo da negativa dando a oportunidade de esclarecer melhor a proposta contestando a avaliação. A partir deste retorno, mantendo-se a negativa, a comunicação emite parecer e submete à avaliação da Secretaria Executiva do Conanda que retoma o debate com a demandante até que se esgotem as dúvidas.

Avaliação Positiva – Os conteúdos serão adaptados aos formatos adequados ao meio digital de veiculação, a partir das informações do briefing encaminhado pela área demandante, podendo esta ser contatada para fornecer informações complementares, como também, para contribuir na interface com personagens e fontes indicados.



Figura 4: Fluxograma/ comunicações digitais

4.5. Comunicações internas

Fluxo para a submissão de arquivos, documentos, publicações entre outros conteúdos na área restrita aos membros do Conanda no Portal dos Direitos da Criança e Adolescente e no Informe Conanda (informativo interno do Conanda).

- **Procedimento recomendado**

Passo 1 – Conselheiros e coordenadores das comissões permanentes poderão demandar o compartilhamento e publicação de conteúdos, para visualização restrita aos membros do Conselho. Recomenda-se que a(o) demandante encaminhe o conteúdo a ser compartilhado, com justificativa contendo a finalidade de publicação e quem deve acessar o conteúdo (todos os membros do Conselho ou apenas os membros de uma ou mais comissões específicas);

Passo 2 – A comunicação avalia a necessidade de adequar o conteúdo à publicação no Portal e a Secretaria executiva avalia a relevância institucional para a publicação;

Avaliação negativa - A avaliação negativa não indica necessariamente que o conteúdo não será publicado, mas que deverá ser alocado em outra área do Portal, por exemplo, ou readequada quanto ao formato e/ou conteúdo. Após a avaliação técnica da comunicação e

institucional da Secretaria Executiva será encaminhada resposta ao demandante indicando os motivos da negativa dando a oportunidade de esclarecimento, readequação ou contestação da avaliação. A partir deste retorno, mantendo-se a negativa, a Secretaria Executiva do Conanda retoma o debate com a demandante até que se esgotem as dúvidas.

Avaliação positiva – os conteúdos serão adaptados, caso seja necessário, para publicação no Portal e após a publicação os membros indicados pelo demandante serão comunicados sobre a disponibilização do conteúdo a partir de um informe padrão;

Passo 3 - A comunicação prepara e distribui informe para comunicar aos públicos de interesse a disponibilização do conteúdo;

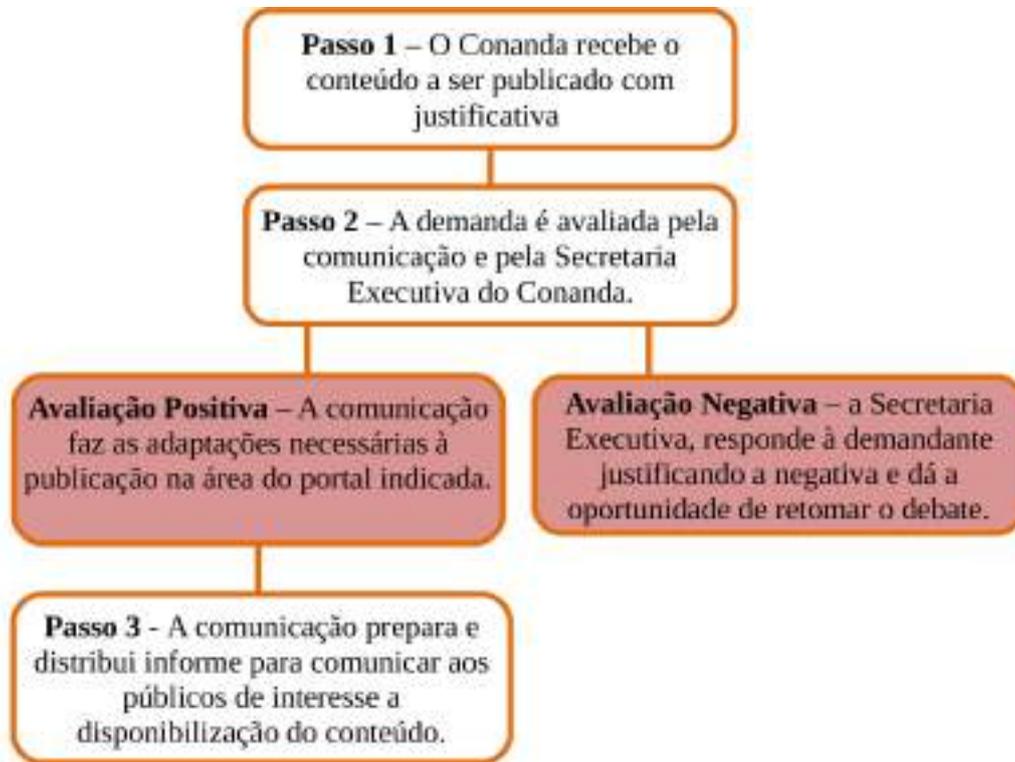


Figura 5: Fluxograma/ comunicações internas

4.6. Comunicações com a imprensa

Fluxo para a produção e envio de releases/ sugestões de pauta e outras comunicações a veículos de imprensa.

- **Procedimento recomendado**

Passo 1 – Para encaminhar a demanda, recomenda-se que a demandante elabore um briefing (texto explicativo) que indique basicamente: Nome da iniciativa ou o que é a iniciativa (é um programa, evento, plano, reunião etc...); Caso seja um acontecimento: quando vai acontecer, onde vai acontecer e qual o envolvimento do Conanda/ CEDCAS ou CMDCA e/ou qual a relevância para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil; quem são as fontes (contatos das pessoas que respondem oficialmente pela iniciativa); e se a produção da matéria demanda o deslocamento de um jornalista para cobertura da pauta.

Passo 2 – Avaliação. Os critérios para a avaliação positiva da sugestão de pauta são:

- **Relevância** - As propostas com alto grau de relevância são as que dialogam diretamente com as ações, propostas e deliberações do Conanda, e/ou com iniciativas diretamente relacionadas com a temática da promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil (políticas, programas, planos, reuniões, eventos, iniciativas de redes/coletivos, movimentos sociais, entre outros).

Não serão consideradas relevantes ações pontuais não relacionadas com as pautas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil. Também não são relevantes presenças de conselheiras(os), sem participação efetiva, ou seja, sem apresentação do Conanda/CEDCA/CMDCA ou de políticas e iniciativas para a promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil, como também, reuniões técnicas e preliminares, sem algum encaminhamento que renda informação de resultados e/ou parceria efetiva para um objetivo concreto (Ex.: reunião para avaliar a possibilidade de instituir parceria) neste caso, o demandante deve preferir divulgar algo mais concreto. A divulgação precipitada esvazia a possibilidade de a repercussão ser melhor ao concluir o processo ou ao concretizar a proposta.

Este critério prevê exceções desde que discutidas com a Secretaria Executiva do Conanda, e sempre que esta julgar relevante.

- **Briefing (informações sobre a iniciativa)** – para que a iniciativa seja considerada relevante, é fundamental que o briefing encaminhado pela demandante esteja o mais completo possível, conforme indicado no

“passo 1” para que a comunicação possa identificar ganchos jornalísticos que vão potencializar o alcance e a forma como será comunicada a iniciativa.

Antecedência – quanto maior a antecedência, melhor para a comunicação definir o melhor momento para comunicar à imprensa considerando: a temporalidade, a rotina das redações para a cobertura do evento/iniciativa, entre outros fatores. Dinamiza o processo comunicativo favorecendo o alcance dos resultados desejados, permite maior visibilidade da iniciativa que, ganha mais tempo de exposição, e também, dá status prioritário já que a demanda ganha maior amplitude contemplando a mobilização de outros públicos.

A antecedência permite ainda que a divulgação da iniciativa ganhe foco no planejamento de ações complementares, pela comunicação do Conanda, à repercussão que a veiculação pela mídia propiciará, ou seja, permitirá a sincronização de publicações nos veículos do Conanda que ofereçam mais informações sobre o tema veiculado.

Avaliação Negativa – a avaliação negativa não deve representar que não haverá registro, mas talvez não haja elementos suficientes à mobilização da imprensa. Após a avaliação, neste caso, é responsabilidade da comunicação encaminhar e-mail à demandante informando o motivo da negativa dando a oportunidade de esclarecer melhor a proposta contestando a avaliação. A partir deste retorno, mantendo-se a negativa, a comunicação emite parecer e submete à avaliação da Secretaria Executiva do Conanda que retoma o debate com a demandante até que se esgotem as dúvidas.

Avaliação Positiva – será produzido release para a comunicação adequada do fato à imprensa a partir das informações do briefing encaminhado pela demandante, podendo esta ser contatada para fornecer informações complementares, como também, para contribuir na interface com personagens e fontes indicados.

Passo 3 – O release é submetido à avaliação da Assessoria de imprensa da SNDCA que poderá sugerir adaptações ou a negativa da proposta com base em critérios institucionais. No caso de negativa, será de responsabilidade da Assessoria de imprensa da SNDCA encaminhar justificativa à comunicação do Conanda que então repassará a Secretaria Executiva a defesa da proposta ou a retomada da demanda com a demandante;

Passo 4 - Caso não haja negativa institucional o release é encaminhado à distribuição por meio dos mailings de imprensa, do Conanda e também da SNDCA.

Passo 5 - serão concentradas na comunicação do Conanda as demandas de entrevistas e atendimento da imprensa. Sendo os resultados da repercussão encaminhados, por meio de relatório, à assessoria de imprensa da SNDCA.

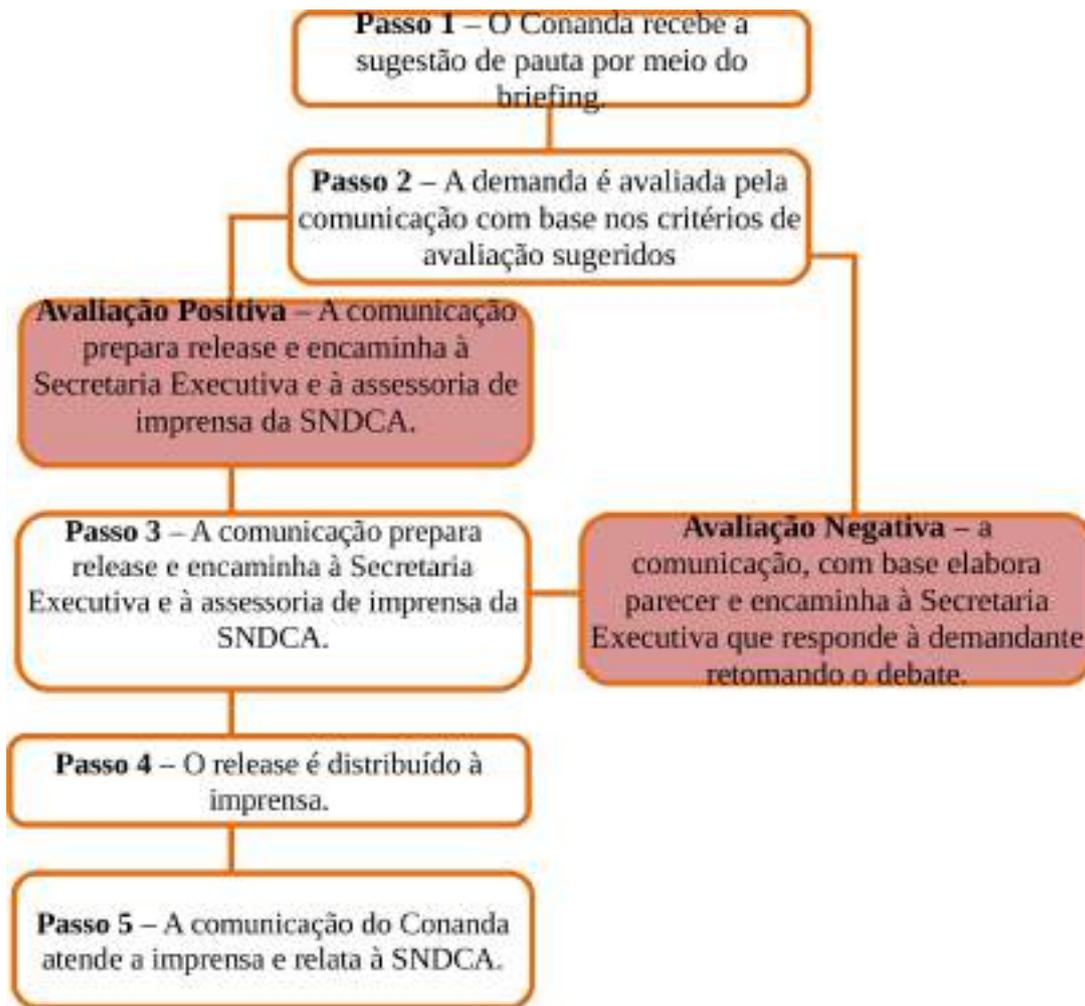


Figura 6: Fluxograma/ comunicações com a imprensa

4.7. O Boletim do Conanda

O Boletim foi a ferramenta de comunicação selecionada para divulgar interna e externamente os resultados das assembleias ordinárias do Conanda. O Boletim do Conanda tem o objetivo de divulgar, principalmente para os membros do Conselho e suas instituições, assim como, para os conselhos de direitos a cobertura com as deliberações e atividades do Conanda durante os seus encontros mensais. Esta

comunicação tem o objetivo de disponibilizar um relato objetivo e rápido sobre as assembleias dando também mais transparência às deliberações e encaminhamentos para as atividades do Conselho. O Boletim é produzido em convergência com o portal dos direitos da criança e do adolescente que hospedará todos os números do periódico, além das informações complementares à cobertura, como; galeria de fotos, documentos, arquivos e demais conteúdos.

4.7.1. Projeto editorial do Boletim

Nome: Boletim do Conanda

Veiculação: Interna e externa – comunicação dirigida, preferencialmente, a conselheiros do Conanda e Conselhos de Direitos.

Canal/meio de veiculação: e-mail/ internet/Boletim eletrônico

Composição:

- **Matéria de balanço** – foto e texto de reportagem dedicado à comunicação do balanço das deliberações e debates da plenária das assembleias ordinárias do Conanda;
- **Informe das comissões** – fotos e texto dedicados a reportar as discussões e encaminhamentos de destaque das comissões permanentes do Conselho;
- **Box chamada para galeria de fotos** – dedica-se a disponibilizar link para as fotos de registro da Assembleia, evitando assim que a secretaria executiva tenha que realizar envios por e-mails, a galeria de fotos está hospedada no portal dos direitos da criança e do adolescente e permite o download em alta resolução das fotos estimulando assim a divulgação pelas instituições com assento no Conselho.

4.7.2. Projeto gráfico do Boletim

O projeto gráfico do Boletim foi desenvolvido a partir da adaptação do layout do informativo, já aprovado. Para tanto, a comunicação definiu uma nova disposição das cores e elementos com o intuito de refletir o caráter mais jornalístico do periódico dedicado a reportar os acontecimentos das assembleias ordinárias do Conselho.

O layout deve reunir, diferentemente do informativo, em todas as edições fotos, notas e notícias.

Para tanto o projeto escolhido e aprovado foi:

Nov 1 - Edição 1

BOLETIM CONANDA

Boletim informativo da 258ª Assembleia Ordinária do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - 13 de fevereiro de 2017



Conanda tem nova gestão para 2017/2018

Entre os desafios do Conselho para o biênio está a participação de crianças e adolescentes.

Tomaram posse nesta quarta-feira (08), os novos membros do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – Conanda. A cerimônia marca o início da gestão 2017-2018 que, na oportunidade, realizou também o planejamento estratégico para o biênio. Foram definidas ainda a presidência e vice do colegiado, além da composição das comissões.

Durante a posse, a Presidente do Conanda e Secretária Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, Cláudia Vidigal, destacou avanços como a redução da mortalidade infantil, mas ressaltou que há um longo caminho a ser percorrido, principalmente em relação aos adolescentes. “Esses são negligenciados, presos e mortos. A escola é pouco atrativa, atividades culturais escassas, drogas chegando a todos os municípios. Esse é o nosso campo de batalha. Precisamos ter argumentos e estratégias para a inclusão dessa rapaziada potente, viva, esperançosa, mas um pouco cansada de ter os seus gritos sem eco”, defendeu.

Para a presidente, o que se espera do Conanda é sempre o melhor e a Secretaria dos Direitos da Criança e do Adolescente - SNDCA se compromete com o que une todas as entidades com assento no Conselho, que é a promoção e defesa dos direitos das crianças e adolescentes no Brasil.

O vice-presidente, Marco Antônio Soares, representante da Central Única dos Trabalhadores – CUT enfatizou o desejo da sociedade civil em manter a unidade e o esforço prático para o encaminhamento das pautas do Conanda. Ele ressaltou ainda que, “para que não haja mais retrocessos, o trabalho do Conselho deve ser o de construir, junto com o governo, a política de promoção e proteção dos direitos da criança e do adolescente”.

O planejamento

O trabalho proposto para as comissões: de Mobilização e Formação (CMF), Políticas Públicas (CPP), Orçamento e Finanças (COF) e Direitos Humanos e Ação Parlamentar (CDHAP) foi o de definir as estratégias de atuação para o próximo biênio. Os novos membros do Conselho elaboraram propostas que foram debatidas na primeira plenária do colegiado.

Entre os temas foram destaque: a participação de crianças e adolescentes; a formação de conselheiros tutelares e de diretos; a alocação de recursos do Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente; e a incidência do Conanda diante de pautas que tramitam atualmente no Congresso Nacional.

As reuniões do Conselho acontecem mensalmente e a próxima está agendada para os dias 8 e 9 de março, quando serão apresentadas as ações relacionadas às estratégias definidas no planejamento.

Veja a galeria de fotos do evento, o cronograma de assembleias do Conanda para 2017 e mais informações clicando aqui.



4.8. Critérios para a seleção de pautas e temas de interesse do Conanda

Utilizando a teoria apresentada pelo Pesquisador Mário Erbolato, aplicável às conjunturas e características diagnosticadas no âmbito do planejamento estratégico em comunicação do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) descreveremos aqui, dividindo por critério a ser adotado, o que esta consultoria sugere como guia para a definição de pautas a serem transformadas em produtos jornalísticos para a divulgação das atividades, políticas e fatos relacionados ao próprio Conanda, mas principalmente, à promoção, proteção e defesa dos Direitos das Crianças e Adolescentes no Brasil.

Os critérios elencados para compor este guia do Conanda para a seleção de pautas são: Antecedência, Temporalidade, Importância, Utilidade, Política editorial da organização, Proeminência, Oportunidade, Repercussão, Interesse humano e Progresso.

É fundamental ressaltar, no entanto, que este guia não substitui a decisão do profissional de comunicação que, junto com os gestores do Conselho, irá desenvolver estas pautas considerando, por exemplo, quais critérios devem se sobrepôr e se complementar e/ou até mesmo definir, não só se há ou não notícia, mas quais produtos jornalísticos cabem para a divulgação do tema nos diversos meios de comunicação institucionais e não institucionais. São os critérios elencados como guias para a seleção de pautas do Conanda:

Antecedência – levar em consideração este critério na oportunidade de avaliar a relevância da pauta, especialmente, quando se tratar de um acontecimento que pressuponha uma cobertura jornalística. Por exemplo: reunião, solenidade, manifestação pública, mobilização, entre outros, nestes casos é fundamental a definição precoce da pauta, a antecedência permite o planejamento para o acompanhamento daquele acontecimento. Muitas vezes, a falta de antecedência inviabiliza a cobertura/ apuração dos fatos, esvaziando a relevância, o ineditismo e a abordagem, a partir do olhar da instituição, da notícia;

Temporalidade – este critério é determinante, não só na hora de considerar um acontecimento noticiável ou não, mas também para definir o melhor momento para a divulgação da notícia ou outro produto jornalístico resultante da mesma pauta. A temporalidade é aplicável, principalmente, quando o acontecimento está relacionado à ordem do dia, o acontecimento recente, a uma data comemorativa, uma iniciativa com início e término definidos (edital ou concurso, por exemplo), o que não impede que na estratégia de divulgação estejam elencadas outras pautas

complementares sobre assuntos relacionados para servirem como desdobramento do assunto.

Importância – este critério deve levar em consideração o que é importante, não só para o interesse público, como também para o Conanda, para a temática: direitos da criança e do adolescente, ou também para os públicos de interesse para o Conselho, por exemplo. Está, portanto, no critério do profissional de comunicação em conjunto com os gestores do Conselho, definir entre as pautas qual é a mais importante. Deste critério, inclusive, dependem serem considerados os demais, já que muitas vezes o assunto é tão importante para a organização que acaba por definir a sua relevância quase que exclusivamente.

Utilidade - Este critério é aplicável para as pautas que não são necessariamente as que merecem destaque, mas que precisam ser noticiadas para que divulguem as informações práticas sobre o Conanda, como por exemplo: agendas, calendários, manuais, guias, dúvidas frequentes, documentos. Estas pautas são úteis aos públicos de interesse quando necessitam de informações de rotina sobre o Conanda e seus membros.

Política editorial da organização – Este critério é aplicável, mais vezes para descartar uma pauta do que para selecioná-la. Certamente, as pautas do Conanda devem estar relacionadas a temáticas que digam respeito à política, promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente. A política editorial, no entanto, costuma levar em conta não só as temáticas a serem consideradas, mas também os posicionamentos políticos e sociais da organização, discursos e mensagens-chave a serem reforçadas a cada publicação e a própria política institucional do Conselho/organização. Este critério pode definir, portanto, mesmo no caso de uma pauta ser considerada relevante por todos os outros critérios, que não será notícia pelo Conselho por tratar de um assunto delicado ou considerado conflituoso com a política institucional, por exemplo.

Proeminência – este critério é aplicável às pautas que tratam de acontecimentos que envolvem pessoas importantes ao Conselho, assim como à sua área de atuação, ou seja, autoridades, membros do conselho, crianças e adolescentes e especialistas, por exemplo. Normalmente, quando os acontecimentos envolvem alguma autoridade, figura pública e ou notável no Conanda, seus públicos de interesse e/ou das entidades referência à política, promoção, proteção e defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente, certamente, será notícia.

Oportunidade – este critério é aplicável às pautas ditas “frias”, ou seja, são pautas que não são relevantes a primeira vista, mas são interessantes para estarem arquivadas aguardando uma oportunidade para serem veiculadas. Não é novo o

fato de que há períodos carentes de pautas relevantes e temporais para compor o escopo de notícias de qualquer organização, no entanto, existem assuntos interessantes aos públicos de interesse do conselho que podem facilmente figurar entre as notícias a serem veiculadas nestes períodos de carência por acontecimentos recentes relevantes. Estas pautas “frias” podem também facilmente complementar a produção jornalística sobre outras pautas, por exemplo, uma pauta (quente) sobre a assinatura de um acordo que vai impactar diretamente na política de combate ao trabalho infantil numa certa localidade pode ser complementado por uma pauta (fria) composta por informações gerais sobre a política de combate ao trabalho infantil no Brasil.

Repercussão – se um acontecimento envolvendo as competências do conselho, públicos de interesse, autoridades, entidades de referência no trato com a temática dos Direitos da Criança e do Adolescente está repercutindo, ou seja, é assunto em diversos meios de comunicação, organizações e na sociedade em geral, por meio das redes sociais, por exemplo, este poderá ser pauta para o Conanda, resguardada a aplicação dos demais critérios, especialmente, a política editorial da organização e importância.

Interesse humano – esse critério é aplicável à maioria das pautas relevantes já que diz respeito a humanização dos fatos. O leitor se interessa mais por acontecimento que envolve o dia-a-dia das pessoas e que incluem personagens à notícia. Por exemplo: uma pauta que diz respeito a uma política ou iniciativa para a proteção de direitos de uma criança pode ser noticiada incluindo o relato de um drama/vivência que será modificado por esta política. Da mesma forma um vídeo ou entrevista em que o sujeito impactado pela política relata expectativas ou como a vida dele mudou a partir da aplicação da iniciativa tem mais relevância do que apenas a fala do gestor.

Progresso - esse critério é aplicável para definir as pautas que tratam de estudos, pesquisas, aparelhamento, ou seja, avanços em relação a ações, políticas, departamentos, novas tecnologias que tratam das temáticas afetas à organização.

4.9. O Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente

4.9.1. Conteúdos estáticos e informativos



Foram atualizados todos os conteúdos estáticos e criados novos menus, destacando na página principal os principais conteúdos. A comunicação nesta área do Portal é definida por meio de pautas prioritárias indicadas pela Secretaria Executiva e os fluxos indicados a seguir, no ítem 4.3, comunicados por meio de banners, notícias e demais tópicos de destaque como: galeria de fotos, vídeos e notícias. Além destas estruturas iniciais, cliques nos menus levam a submenus que possibilitam destacar os principais conteúdos por sessões, a nova arquitetura tem por objetivo manter o Portal atualizado e melhorar a navegabilidade. Conforme demonstrado nas figuras a seguir:



O menu “Conanda” reúne todas as informações sobre o Conselho, facilitando o acesso a conteúdos como:

- composição do Conselho, por entidades e comissões, e seus membros para o biênio 2017- 2018, com indicação das entidades titulares e suplentes, assim como os nomes das pessoas que as representam;
- “Quem é quem” na Secretaria Executiva do Conanda, informando os contatos e funções dos componentes da secretaria executiva do Conselho;
- Boletim do Conanda, uma área dedicada a reunir todas as edições do Boletim do Conanda com as coberturas das assembleias ordinárias do Conselho;
- Espaço do Conselheiro área de acesso restrito aos membros do conselho, descrita a seguir no item 4.2 deste Produto;
- Calendário, com o calendário anual do Conanda indicando as datas das assembleias ordinárias do Conselho no ano vigente.

este seja um espaço para a divulgação e reunião dos insumos em comunicação e mobilização necessários à realização da conferência, como: documentos, guias metodológicos, materiais de divulgação, entre outros conteúdos relacionados.



O menu “Documentos” reúne todos os documentos públicos do Conselho, entre notas, manifestos, Regimentos e demais conteúdos relacionadas às atividades e competências do Conanda.



Em “Resoluções” está a lista com todas as Resoluções do Conanda, principal instrumento de deliberação do Conselho.

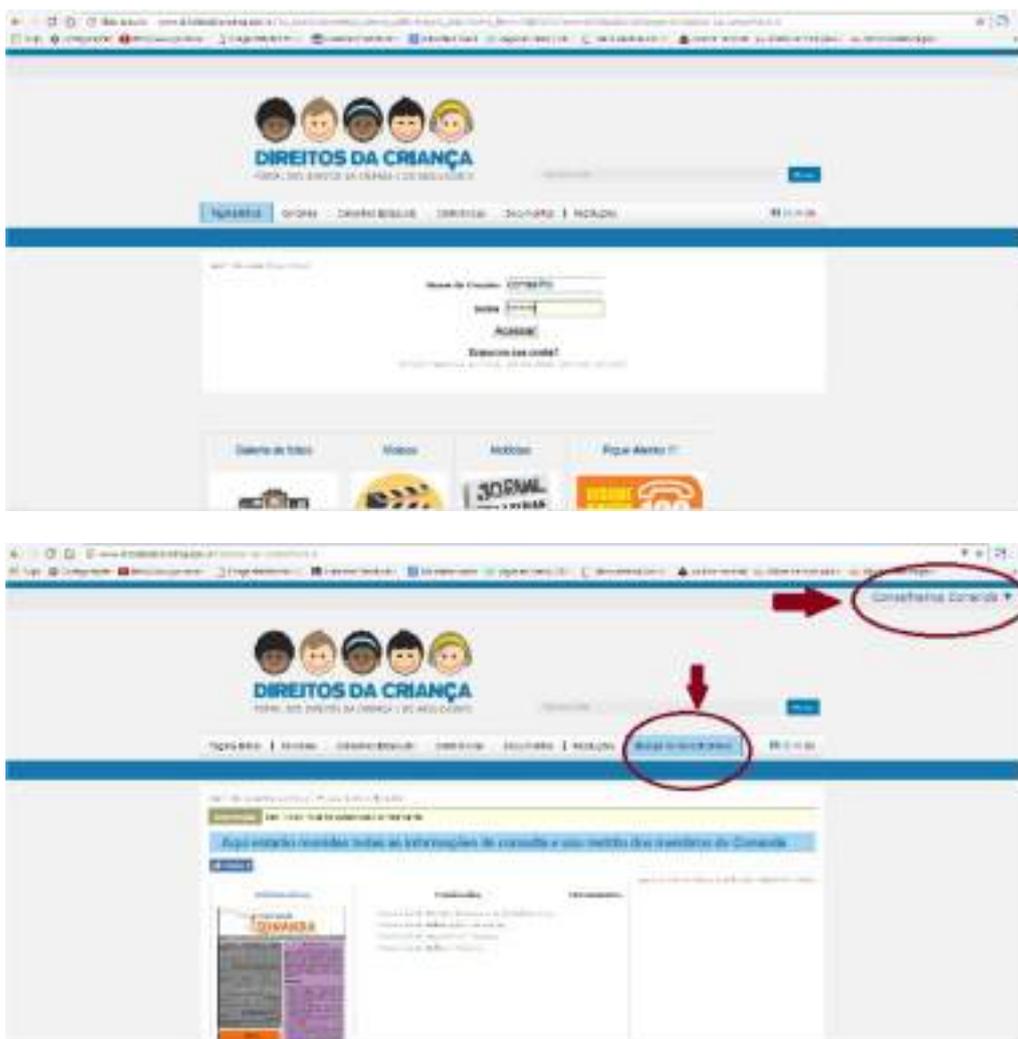


Figura 8 – conteúdos estáticos e informativos/ Clipping

O Clipping reúne as principais notícias, veiculadas pela mídia em geral, sobre os direitos da criança e do adolescente. O clipping é um instrumento de monitoramento e análise importante para os membros do Conselho e demais públicos de interesse, já que estes devem estar em constante vigilância sobre a abordagem dos veículos de imprensa sobre os temas afetos às atividades e competências do Conselho, a casos que envolvem crianças e adolescentes, às ações e políticas das mais diversas organizações atuantes nesta matéria, entre outros interesses. Este instrumento auxilia na construção de posicionamentos, na gestão de crises, na mobilização e na disputa de narrativas e manifestação do colegiado diante das informações divulgadas cotidianamente pelos veículos de imprensa. Os clippings do Conanda são semanais e publicados todas as sextas-feiras no Portal.

4.9.2. Conteúdos funcionais e interativos





O “Espaço do Conselheiro” é uma área funcional e interativa de acesso restrito aos membros do Conselho. Nele estão reunidos os informativos internos, documentos, textos, e demais conteúdos indicados durante as assembleias ordinárias para circulação e compartilhamento entre conselheiras e conselheiros. Os conteúdos publicados nesta área servem de subsídios às discussões e deliberações do Colegiado durante os encontros presenciais mensais, além de ser ferramenta de instrumentalização da comunicação interna, facilitando os fluxos de comunicação entre membros do conselho e secretaria executiva.

4.10. Critérios editoriais para a gestão de conteúdos em redes sociais

4.10.1. Facebook:



Uma das maiores e mais populares redes sociais no Brasil e no mundo, o Facebook é indicado como rede ao Conanda, ou seja, entre as três redes indicadas neste produto 6, esta é indicada como prioritária, não só por sua popularidade mas pela maior variedade de funcionalidades e capilaridade em interações, além do grande alcance entre os públicos de interesse do Conanda. O Facebook permite diversificar na gestão dos conteúdos, promover campanhas, programar posts e propor enquetes, entre outros recursos, além de convergir com as demais mídias eleitas pelo Conselho como referências para complemento das informações, como o Portal dos Direitos da Criança e do Adolescente e o site da Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, por exemplo. O Facebook possibilita ainda ao gestor propor e limitar, em diferentes níveis, a interação entre conteúdos, seguidores e o Conanda.

A proposta editorial para esta rede social digital é, portanto:

- **Quanto à linguagem** – informal, respeitada a seriedade devida às informações oficiais, e em 1ª pessoa, ou seja, a estratégia indicada é disseminar a informação adequando-a aos instrumentos de linguagem, próprios desta rede social, como: memes, infográficos, vídeos instantâneos, Gifs e Cards informativos, por exemplo;

- **Quanto ao formato das publicações** – esta consultoria não recomenda posts extensos, mesmo o número de caracteres por publicação não sendo um fator limitador no Facebook, com isso é possível evitar o encurtamento automático do texto do post realizado pela própria rede. Como esta rede social digital permite a utilização de diversos recursos de comunicação para a divulgação da informação, o indicado por esta consultoria é utilizar o texto sempre associado a outro recurso de linguagem, de forma a potencializar a informação tornando-a mais atrativa. Para tanto, posts curtos com links para conteúdos complementares direcionados aos sites de referência, associados a um outro recurso de linguagem: foto, card, gif, entre outros, é o ideal, garantindo assim a convergência de mídias.
- **Quanto ao volume** – mesmo levando em consideração a frequência de posts indicado na figura 8 deste produto, esta consultoria indica a publicação de no máximo quatro posts diários. Para tanto é necessário triar, conforme demonstrado na figura 7, por relevância as pautas que devem ser comunicadas utilizando-se o Facebook e demais redes. Um volume muito alto de posts diários pulveriza o acompanhamento dos assuntos divulgados, dificultando a interação dos seguidores da página com os conteúdos. Agrupar informações importantes em um único post, com diferentes links complementares para sites e portais de referência, é uma estratégia quando houver relevância em mais de quatro pautas, em um mesmo dia. Outra estratégia indicada é definir prioridades e deixar algum assunto para ser divulgado na mesma semana.

4.10.2. Twitter:



Considerado um microblog, já que a funcionalidade mais característica é a publicação de textos, no entanto de no máximo 140 caracteres, o Twitter é uma das redes sociais digitais mais utilizadas por organizações públicas e privadas, líderes mundiais, e influenciadores digitais com perfil, essencialmente, adulto. Nesta rede a audiência do Conanda será o público de gestores, pesquisadores, veículos de comunicação, e grandes corporações.

As formas de interação nesta rede são: seguir e ser seguido, retweetar (compartilhamento), menções (quando o perfil é citado por alguém), listas e o ranqueamento de menções por hashtags denominado *Trending Topics*. Quando um assunto está no *Trending Topics*, significa que há uma grande volume de interação relacionada a ele pela rede. A proposta editorial para esta rede social digital é, portanto:

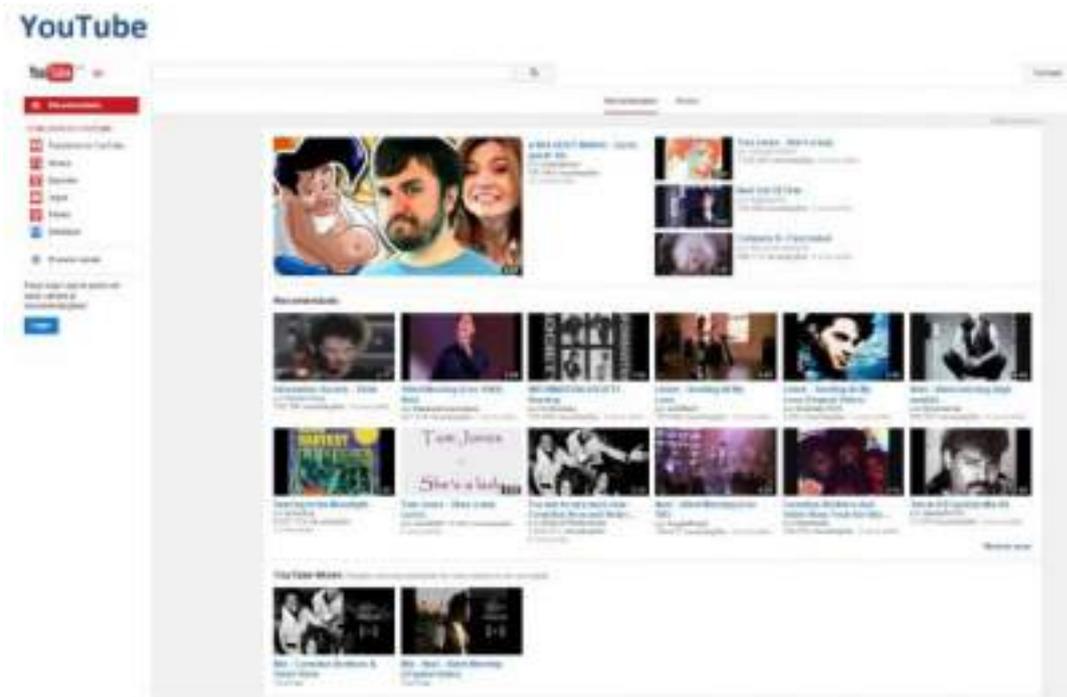
- **Quanto à linguagem** – dado o perfil preferencial do público que mais acessa o Twitter, é possível utilizar uma linguagem um pouco mais sóbria do que as demais redes indicadas. No entanto, sempre é indicado manter os discursos em 1ª pessoa. A necessidade de ser objetivo não deve comprometer a clareza e a correção dos textos;

- **Quanto ao formato das publicações** – os tweets devem ser compostos de textos curtos, objetivos e claros, preferencialmente que não excedam 110 caracteres, mesmo que o limitador seja 140, de forma a facilitar os retweets. É essencial o uso de links encurtados para a complementação das informações, o que também garante a convergência de mídias. O Twitter, no entanto, é uma rede em constante mudança e já permite a publicação de imagens e, estas são um ótimo recurso para a complementação das informações já que podem ser atribuídos enunciados em forma de imagens aos tweets (posts).
- **Quanto ao volume** – a frequência de posts nesta rede social normalmente é maior do que nas demais redes sociais digitais já que o limitador de 140 caracteres por Tweet torna a rede mais fluida e o tempo de exposição dos assuntos é menor nas timelines dos seguidores do perfil a ser criado. Esta rede, portanto é recomendada para a cobertura de eventos, quando podem ser utilizadas as mesmas hashtags durante a narração dos acontecimentos, por exemplo, o estimular a interação por meio de menções e retweets sobre o assunto reportado.

Os mutirões de tagueamento sobre um determinado assunto, denominados tweektaços também são recomendados para compor as campanhas e ações em comunicação sobre os temas de interesse do Conanda. Nos tweektaços a organização ou o influenciador digital inicia um debate sobre um assunto e/ou fato batizado com uma hashtag específica que, passa a ser utilizada por todos os que mencionam e/ou retweetam, interagem acerca do assunto. Um tweektaço bem sucedido, ou seja, que mobiliza um grande número de pessoas em torno de determinado assunto certamente irá figurar entre os *Trending Topics*.

Tweetar tópicos importantes sobre as assembleias ordinárias do Conanda, por exemplo, é uma forma de mobilizar interações nesta rede sobre os temas em pauta, além de ser uma estratégia recomendada para ampliar o alcance das coberturas do Conselho.

4.10.3. You tube



Considerada a maior videoteca do mundo, o Youtube é a rede social mais acessada pelos brasileiros, em especial pelo público prioritário ao Conanda, ou seja, crianças e adolescente. Exclusivamente para a publicação de vídeos, esta rede também é considerada o segundo buscador mais utilizado no mundo, o primeiro é o Google. Oferece como forma de interações: os uploads de vídeos, os downloads, as inscrições nos canais e perfis, as visualizações, compartilhamentos, os apoios e comentários aos conteúdos e a criação de playlists.

Nesta rede está um grande número de influenciadores digitais. Entre o público de crianças e adolescentes é possível identificar maior audiência para o Youtube do que para a TV aberta. A proposta editorial para esta rede social digital é, portanto:

- **Quanto à linguagem** – produção de vídeos informais, adequados ao público a ser atingido por meio desta rede social digital, ou seja, crianças e adolescentes, preferencialmente envolvendo a colaboração de algum influenciador digital para a produção, e divulgação do vídeo e/ou da série, sempre respeitada a seriedade devida às informações oficiais. Normalmente é utilizada 1ª pessoa e uma forma de edição, característica desta rede social;
- **Quanto ao formato das publicações** – o recomendável é que os vídeos não ultrapassem 2 min. As descrições/legendas devem ser concisas, mas explicativas, já que estas são as únicas áreas dedicadas aos textos. Para

tanto, utilizar links para conteúdos complementares direcionados aos sites de referência é uma estratégia recomendada, garantindo assim a convergência de mídias.

- **Quanto ao volume** – a frequência de posts nesta rede social vai depender da velocidade e volume de produção dos conteúdos, assim como, do mapeamento para o compartilhamento de conteúdos sobre temas de interesse para o Conselho. Outra estratégia de gestão de conteúdos indicada para o Youtube do Conanda é a publicação de playlists. Como esta rede é também um buscador muito utilizado mundialmente é importante que aos conteúdos sejam atribuídas hashtags, além de que haja um aproveitamento estratégico da função videoteca, ampliando a convergência entre a rede e os sites de referência. As transmissões ao vivo também são uma ferramenta disponível na rede e que permite a convergência com os sites de referência, sendo indicada como funcionalidade importante a ser utilizada pelo Conanda já que o Youtube salva automaticamente as transmissões realizadas, o que amplia de forma orgânica também o acervo da videoteca do Canal a ser criado. Um excelente recurso para ser utilizado na transmissão e participação virtual das assembleias ordinárias do Conselho.

4.10.4. Métricas a serem configuradas para monitoramento das publicações do Conanda nas redes sociais:

1. Número de publicações;
 2. Alcance;
 3. Apoios (curtidas/descurtidas);
 4. Envolvimento (compartilhamentos/reações);
 5. Visualizações;
 6. Nuvem de Tags;
- Métricas a serem configuradas para monitoramento de seguidores:
 1. Número de seguidores;
 2. Faixa-etária;
 3. Gênero;
 4. Localidade.

A partir do monitoramento destas métricas será possível gerar relatórios que demonstrarão aspectos quantitativos e qualitativos relacionados aos resultados globais obtidos a partir das ações em comunicação a serem desenvolvidas e executadas por meio das redes sociais digitais, assim como os resultados post a post, que revelarão o tipo de abordagem com melhor alcance e as abordagens com menos alcance. Estas informações serão fundamentais para a calibragem, ou seja, ajustes que se fizerem necessários nas propostas editoriais apresentadas no item 4 deste produto 6 de consultoria.

5. RELATÓRIO DE APLICAÇÃO DAS ORIENTAÇÕES GERAIS DO MANUAL NO CASO: CARAVANAS PELOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

A fim de verificar, na prática, a aplicabilidade das orientações que constam do Manual de conduta e de gestão dos instrumentos e fluxos de comunicação do Conanda, descrito no item 5 deste produto 7, esta consultoria acompanhou a execução de todas as ações necessárias para a ampla divulgação e cobertura do evento regional do Conanda em parceria com a Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, do Ministério dos Direitos Humanos, em parceria com a Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flacso do Brasil) e a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI), realizada entre os dias 20 e 21/09, em João Pessoa/PB. Nordeste I da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescentes.

Para atender às demandas de divulgação deste evento foi produzido o release:

João Pessoa/PB será sede do 1º evento regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente

A Caravana reunirá representantes do Sistema de Garantia de Direitos nos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão e terá momento público para escuta da sociedade em geral sobre o tema.

A Secretaria e o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, do Ministério dos Direitos Humanos, em parceria com a Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flacso do Brasil) e a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) realizam, entre 20 e 21/09, em João Pessoa/PB, a primeira regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente. O evento regional reunirá representantes do Sistema de Garantia de Direitos (SGD) nos estados da região nordeste I: Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão, além de representantes do Conselho Nacional, adolescentes e lideranças comunitárias. O momento público para escuta da sociedade acontecerá durante a manhã do dia 20/09 e a formação dos representantes do SGD acontece na tarde do dia 20/09 e no dia 21/09 e não será aberto ao público.

A iniciativa tem o objetivo de formar e difundir conhecimentos acerca dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes nas regiões, além de fomentar o diálogo

sobre o tema entre os órgãos e entidades que compõem o Sistema de Garantia de Direitos (SGD): Ministério Público, Defensorias, Conselhos Tutelares e de Direitos, Segurança Pública, Saúde, Assistência Social, entre outros. Estarão presentes neste primeiro evento regional, além dos representantes do SGD nos estados, representantes do Conselho Nacional, adolescentes e lideranças comunitárias.

Quatro estados além da Paraíba sediarão as regionais da Caravana: Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Espírito Santo e Amazonas. Os eventos partirão da seguinte questão orientadora: “Por onde passam os Direitos das Crianças e Adolescentes?”

Serviço:

Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente - Regional Nordeste I

Data: 20/09

Horário: 08h30 h

Local: Auditório Edgardo Ferreira Soares, Avenida Dom Pedro II, s/n, Centro – João Pessoa/PB.

Dois posts para divulgação no facebook da SNDCA, um com imagem /Card personalizado e outro com vídeo publicado no momento em que acontecia o evento:

Direitos da Criança e do Adolescente Brasil
Publicado por Ana Cláudia Castro (1) · 19 de setembro de 2009 · 4h

João Pessoa/PB será sede do 1º evento regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente. A Caravana reunirá representantes do Sistema de Garantia de Direitos nos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão e será momento público para escuta da sociedade em geral sobre o tema. Saiba mais: <http://bit.ly/2IcG7d>

Caravana pelos direitos das crianças e adolescentes
chega à Paraíba!
João Pessoa, dias 20 e 21/09

1.787 Pessoas alcançadas

74 Curtidas, comentários e compartilhamentos

58 Curtidas	45 Em esta publicação	5 Em compartilhamentos
2 Comentários	2 Em esta publicação	0 Em compartilhamentos
14 Compartilhamentos	14 De esta publicação	0 Em compartilhamentos

30 Clips em publicação

9 Visualizações de vídeo	7 Clips no vídeo	14 Outros clips
------------------------------------	----------------------------	---------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar conteúdo	0 Descartar páginas

As estatísticas inferidas podem estar desatualizadas em relação ao que aparece nas publicações.



Foi disponibilizada também galeria de fotos do evento durante os dois dias de atividades, atualizada em tempo real:



Também foi produzida matéria com o balanço do evento. Publicada no site da SNDCA/MDH e também no portal do Conanda:

1ª Regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente é Marcada pela Integração entre estados participantes

Durante o evento regional nordeste I a necessidade de intersectorialidade das ações e políticas para a garantia dos Direitos de Crianças e Adolescentes foi destaque nas discussões.

A capital paraibana, João Pessoa, recebeu na última semana (20 e 21) o primeiro evento regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente. A caravana regional nordeste I, composta pelos estados: Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão reuniu, para formação acerca dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes na região, adolescentes e representantes do Sistema de Garantia de Direitos (SGD), além de lideranças comunitárias e sociedade em geral para uma escuta pública.

Entre as questões mais citadas durante a escuta pública estão as dificuldades na relação dos conselhos tutelares com os órgãos do sistema de justiça, a falta de integração entre os estados e municípios para a execução das políticas públicas para a criança e o adolescente, além da necessidade de apoio das prefeituras para a melhoria do funcionamento, especialmente, dos conselhos de direitos e tutelares, CRAS e CREAS.

Durante a formação, que teve como principal objetivo formar e difundir conhecimentos acerca dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes nas regiões, as discussões realizadas em torno dos desafios e ações para a promoção, proteção, defesa e participação ressaltaram a necessidade de intersectorialidade para a garantia de direitos além da troca de experiência e boas práticas entre os estados.

O vice-presidente do Conanda, Marco Antonio Soares, comemorou o sucesso da Caravana e destacou a proximidade que se estabeleceu entre os entes que compõem o SGD e troca de experiências como pontos altos deste primeiro evento da Caravana. Para ele, “daqui sairão muitos subsídios para que se possa aprimorar a política, além de fortalecer a relação entre os estados, assim como, entre estes entes e o Conanda. Nesta primeira Caravana acho que ficou claro para os participantes que as ações devem funcionar de forma integrada e em rede”, reforçou.

Já a diretora da Flacso Brasil, Salete Valesan, ressaltou a necessidade de se realizar a Caravana mesmo na atual conjuntura política. Para Valesan, “é fundamental demonstrar que a pauta da criança e do adolescente é prioritária e precisa funcionar independente destes contextos”. Segundo ela, a motivação da Flacso Brasil nesta parceria na Caravana vem da necessidade de fortalecer a rede

oficial e da sociedade civil organizada, para que a temática não seja negligenciada diante da crise.

A Caravana é uma iniciativa do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), da Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (SNDCA), do Ministério dos Direitos Humanos, em parceria com a Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flacso do Brasil) e a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI).

O próximo evento da Caravana será temático, sobre participação de adolescentes no Mercosul e acontecerá em Brasília até o final deste ano. A regional nordeste II está prevista para acontecer em março de 2018, em Salvador/BA.

6. CONSIDERAÇÕES

Esta consultoria conclui a partir do acompanhamento do trabalho de comunicação acerca da divulgação e cobertura do primeiro evento regional da Caravana pelos Direitos da Criança e do Adolescente que a comunicação do Conanda está estabelecida, ou seja, incorporada na rotina da secretaria executiva do Conanda, assim como por seus membros e já pode ser conduzida a partir das orientações e estratégias implementadas. O próximo passo será a implementação das etapas 3 e 4 do plano de comunicação, que serão dedicadas à sustentabilidade dos processos e ampliação das redes de colaboração, assim como a avaliação dos resultados, necessários à construção de novos planejamentos estratégicos, assim como à política de comunicação do Conselho.



Referências Bibliográficas

ADE, Gerhard. Brand and identity: the basics. *Disponível em: Acesso em: 29 jul. 2001.*

AMADEU, Sérgio et alli. Além das Redes de Colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. EDUFBA. 2009.

ARISTÓTELES. Política. Trad., introd. e notas de Mário Gama Kury. 3.ed. Brasília: Ed. UnB, 1997.

BARBROOK, Richard. Futuros Imaginários. Editora Petrópolis. 2009.

BAREFOOT, Darren, and Julie SZABO. Manual de marketing em mídias sociais. Novatec Editora, 2016.

BAUWENS, Michael. The Political Economy of Peer Production. 2005. *Disponível em: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499> and www.p2pfoundation.net*

BENTES, Ivana. Redes Colaborativas e Precariado Produtivo in Caminhos para uma Comunicação Democrática. *Le Monde Diplomatique e Instituto Paulo Freire. São Paulo 2007.*

BENTES, Ivana. *Midiativismo: Formação livre e em fluxo. Overmundo. 2012.* Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/midiativismoformacao-livre-e-em-fluxo>.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O Que é a comunicação. In: Coleção primeiros passos. Brasiliense, 1982.*

_____. *O que é Participação. São Paulo: Brasiliense, 1983.*

BORON, Atilio. *Filosofia política marxista. Trad. Sandra Trabuco Valenzuela. São Paulo: Cortez; Buenos Aires: CLACSO, 2003.*

BORON, Atilio A. Os “novos Leviatãs” e a polis democrática: neoliberalismo, decomposição estatal e a decadência da democracia na América Latina. In: SADER, Emir; GENTILI, Pablo (orgs.). *Pós-neoliberalismo II: que Estado para que democracia? 4.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.*

BRUNET, Karla Schuch. *Apropriações Tecnológicas. Editora da Universidade da Bahia. 2008. Textos “Inventar a gratuidade.” Disponível em: <http://www.livros.karlabrunet.com>*

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação na era da Qualidade. São Paulo, Contexto/Unimed Amparo, 1995.*

CARVALHO JUNIOR, José Murilo. *Por uma cultura digital participativa. Cultura digital. br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue (2009).*

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999;*

_____. *A galáxia da Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003;*

_____. *A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6ª Ed.; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Impresso no Brasil, 2011.*

CHIAVENATO, Adalberto Arão Sapiro. *Planejamento estratégico: fundamentos aplicações. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.*

CHINEM, Rivaldo. *Comunicação Empresarial – Teoria e o dia a dia das Assessorias de Comunicação. São Paulo: Horizonte, 2006.*

CONNECTMÍDIA. *Hábitos de consumo de mídia na era da convergência. Disponível em <<http://www.ibope.com/connectmidia/estudo/index.html>> Acesso em 09 julho de 2012.*

CONSELHO NACIONAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL. *Reuniões e eventos do Conselho Nacional de Assistência Social. Disponível em: http://www.mds.gov.br/cnas/Eventos_CNAS Acessado em 12 de junho de 2015*

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. *Principais pautas do Conanda. Disponível em: <http://www.sdh.gov.br/sobre/>*

participacao-social/conselho-nacional-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-conanda Acessado em: 12 de junho de 2015.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. *Súmulas, pareceres e resoluções do Conselho Nacional de Educação*. Disponível em: http://mecsrv125.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12812&Itemid=866 Acessado em 12 de junho de 2015

CONSELHO NACIONAL DE JUVENTUDE. *Lista dos conselheiros do Conselho Nacional de Juventude*. Disponível em: <http://juventude.gov.br/conjuve/conselheiros> Acessado em 12 de junho de 2015.

CONSELHO NACIONAL DE JUVENTUDE. *Principais iniciativas do Conselho Nacional de Juventude*. Disponível em: http://juventude.gov.br/juventude/iniciativas#.VT_Lz-Q2uPQ Acessado em 12 de junho de 2015

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. *Prestação de contas do Conselho Nacional de Saúde*. Disponível em: http://conselho.saude.gov.br/web_pc/index.htm Acessado em 12 de junho de 2015

COSTA, Joan. *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujia, 2001.

DA COSTA JÚNIOR, Luiz Carlos Pinto. "O ativismo midiático no Brasil: definição e uma proposta de análise." Disponível em: http://www.brasa.org/Documents/BRASA_IX/Luiz-Carlos-Pinto-da-Costa-Junior.pdf

DIÁLOGO SOCIAL. *O que é a prática de advocacy*. Acessado em: <http://www.dialogosocial.com.br/advocacy-s351-1.html> Disponível em 12 de junho de 2015

DIREITOS HUMANOS NA INTERNET - DH NET. *Ações básicas para uma atuação mais efetiva dos conselheiros*. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/cc/2/acoes.htm> Acesso em: 12 de maio de 2015

DUARTE, Jorge (org) *Assessoria de comunicação e o relacionamento com a imprensa*. São Paulo: Atlas, 2011.

Erbolato, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. Vol. 18. Editora Vozes, 1978.

ESCRITORIO DE COMUNICAÇÃO. *O que é media-training ou treinamento de mídia*. Disponível em: http://www.escriitoriodecomunicacao.com.br/media_training Acessado em: 12 de junho de 2015

FABULOSA IDEIA. *Você conhece todos os formatos de anúncio do Facebook*. Disponível em: <http://www.fabulosaideia.com.br/blog/2013/voce-conhece-todos-os-formatos-de-anuncio-do-facebook/> Acessado em 12 de junho de 2015

FASCIONI, Lígia Cristina. *Indicadores para avaliação da imagem corporativa das*

empresas de base tecnológica instaladas na Grande Florianópolis, baseados nas análises das percepções gráfica e verbal utilizando lógica difusa. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) – UFSC, Florianópolis, 2004.

FREE SOFTWARE FOUNDATION. *O que é o software livre?* Disponível em: <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.pt-br.html> Acessado em 12 de junho de 2015

FREEMAN, R. Edward. *Strategic Management: A Stakeholder Approach (em inglês)*. [S.l.: s.n.], 1984.

GUIA CONSELHOS DE JUVENTUDE. *Conselhos de Juventude - fortalecendo diálogos, promovendo direitos*. Disponível em: http://juventude.gov.br/articles/participatorio/0009/3680/Guia_de_Conselhos_2010.pdf Acessado em 12 de junho de 2015

HAYDÉE SVAB. *Hackaton - o que é isso?* Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/codigo-aberto/hackathon/> Acessado em 12 de junho de 2015

HOBBS, Thomas. *Leviatã, ou matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil*. 4.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988. Col. Os Pensadores.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. *Temas básicos da sociologia*. Tradução Álvaro Cabral. 2.ed. São Paulo: Cultrix, 1973.

HORKHEIMER, Max. *Meios e fins*. In: HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. São Paulo: Centauro, 2002.

IBOPE. *O jovem internauta brasileiro possui perfil em sete redes sociais*. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/O-jovem-internauta-brasileiro-possui-perfil-em-sete-redes-sociais.aspx> Acesso em: 12 de maio de 2015

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Stanley, and Julian Harris. "El reportero profesional." 697 2 CIC-UCAB/0535 Donación 20070123 20070221 MTiffany (1966).

KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. Ática, 1995.

KUNSCH, Margarida. *Planejamento de Relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida. *Relações Públicas e Modernidade. Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional*. São Paulo, Summus Editorial, 1997.

LEITÃO, J.; DEODATO, C. *Porter e Weirich: Duas faces de uma matriz estratégica para o desenvolvimento da indústria de moldes portuguesa*. 22p. Disponível em: <http://129.3.20.41/eps/io/papers/0506/0506007.pdf>

LEVY, Pierre. O que é o virtual. São Paulo: Ed. 34, 1996;

_____. As tecnologias da inteligência. São Paulo: Ed. 34, 1997;

_____. A inteligência coletiva. São Paulo: Edições Loyola, 1998;

_____. A máquina universo. Porto Alegre: ArtMed, 1998;

_____. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999;

LINARDI, Fred. Da Pedra à Internet - Artigo, 2009. Disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/pedra-internet-493922.shtml>

MACHADO, Hilka Vier. "A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise." *Revista de Administração Contemporânea* 7.SPE (2003): 51-73.

MARKETING E MÍDIAS SOCIAIS. O que é e como utilizar o Facebook Insights. Acessado em: <http://marketingemidiassociais.com.br/blog/o-que-e-o-facebook-insights-como-usar/> Disponível em 12 de Junho de 2015

MCDUGALL, William. "The group mind." Cambridge (1921).

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Marco Civil da Internet - Portal de Participação do Ministério da Justiça. Acessado em: <http://participacao.mj.gov.br/marcocivil/> Disponível em 12 de junho de 2015

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Normas e Princípios das Nações Unidas sobre Prevenção ao Crime e Justiça Criminal. Disponível em: http://www.unodc.org/documents/justice-and-prison-reform/projects/UN_Standards_and_Norms_CPCJ_-_Portuguese1.pdf Acessado em 12 de junho de 2015

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Projeto Pensando o Direito. Disponível em: <http://participacao.mj.gov.br/pensandoodireito/o-que-e/> Acessado em 12 de junho de 2015

MINISTERIO DA JUSTIÇA. O que é o Marco Civil da Internet. Disponível em: <http://participacao.mj.gov.br/marcocivil/> Acessado em 12 de junho de 2015

NIELSEN. Acesso à internet em domicílios dispara e chega a quase 90 milhões. Disponível em: <http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2014/Acesso-a-internet-em-domicilios-dispara-e-chega-a-quase-90-milhoes.html> Acesso em 12 de maio de 2015

PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos (org.). Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling; Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Editora Vozes, 1998.

PLATÃO. *A República de Platão. Trad. e org. de J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2006.*

PROMENINO. *Sistema de Garantia dos Direitos, o corpo social para garantir direitos de crianças e adolescentes.* Disponível em: <http://www.promenino.org.br/direitosdainfancia/sistema-de-garantia-dca> Acessado em 12 de junho de 2015

PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO PEC 171/1993. *Altera a redação do art. 228 da Constituição Federal (imputabilidade penal do maior de dezesseis).* Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=14493> Acessado em 12 de junho de 2015

PUTNAM, Linda L.; COSTA, Joan; GARRIDO, Francisco J. *Comunicación Empresarial. Barcelona: Gestión 2000, 2002.*

QUALMAN, Erik. *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business.* John Wiley & Sons, 2010.

REDE NACIONAL PRIMEIRA INFÂNCIA - RNPI. *Plano de Comunicação para a RNPI.* Disponível em: <http://primeirainfancia.org.br/wp-content/uploads/2015/02/PLANO-DE-COMUNICACAO.pdf> Acessado em 12 de maio de 2015.

REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS 2013. Acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=9SBKtdYLRUM> Disponível em 12 de junho de 2015

ROCHA, João, et al. "Peer-to-peer: Computação colaborativa na internet." *Minicurso, Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores (2004).*

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens.* São Paulo: Nova Cultural, 1999.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *O contrato social: princípios do direito político. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.*

RSS ADVISORY BOARD. *RSS 2.0 Specification.* Disponível em: <http://www.rssboard.org/rss-specification> Acessado em: 12 de junho de 2015.

SANCHO, Juana Maria, *Para uma Tecnologia Educacional, Porto Alegre, Artmed, 1998. (Tradução Beatriz Afonso Neves)*

SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio. *Cultura digital. br. Azougue, 2009.*

VAZ, Gil Nuno; *Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens. São Paulo, Pioneira, 1995. Capítulo 11.*

W3C BRASIL. 2º Concurso para Dados Abertos do Ministério da Justiça e W3C Brasil. Disponível em: <http://www.hackagenda.com.br/evento/2o-concurso-para-dados-abertos-do-ministerio-da-justica-e-w3c-brasil-2/> Acessado em 12 de junho de 2015

WUEBBEN, Jon. *Content is currency: Developing powerful content for web and mobile*. Nicholas Brealey, 2012.