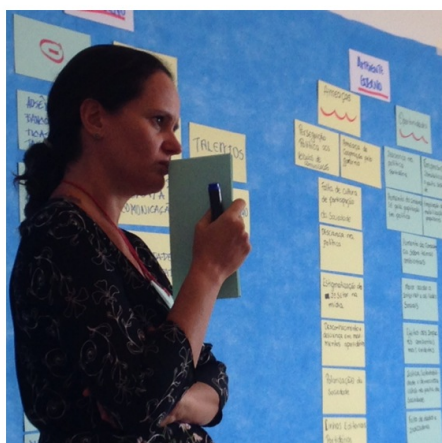
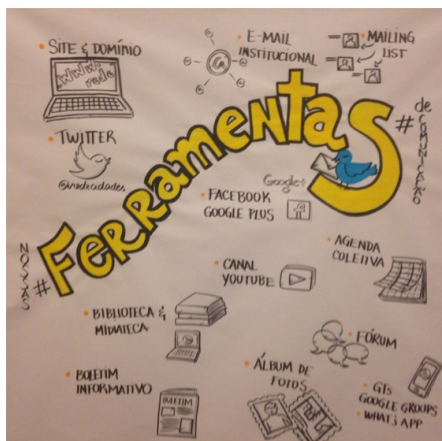

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO DA REDE SOCIAL BRASILEIRA POR CIDADES JUSTAS & SUSTENTÁVEIS



Rede Social Brasileira
por Cidades Justas e
Sustentáveis

Brasília, 09 e 10 de abril de 2015
INESC - Sec. Ex. Movimento Nossa Brasília
Moderação: Tatiana Spíndola
Essência Processos Participativos
Facilitação gráfica: Carolina Ramalhe
Movimento Nossa Brasília

RELATÓRIO



Fotos em sentido horário: 1. Painel de Facilitação Gráfica: Ferramentas da Rede; 2. Painel de Talentos, 3. Grupo de Trabalho, 4. Moderadora Tatiana Spíndola;

Introdução

O Planejamento de Comunicação da Rede Social Brasileira por Cidades Justas e Sustentáveis aconteceu em Brasília, nos dias 09 e 10 de abril de 2015 no Instituto de Estudos Socioeconômicos (INESC), Secretaria Executiva do Movimento Nossa Brasília.

O Objetivo do encontro foi elaborar subsídios para o Plano de Comunicação da Rede de Cidades Justas, Democráticas e Sustentáveis.

Os Resultados ao final do processo foram:

- Análise de situação (pontos fortes e pontos fracos) relacionados à comunicação interna e externa elaborada.
- Imagem institucional da Rede definida.
- Objetivos de comunicação da Rede elaborados.
- Matriz de comunicação (público, estratégias, canais/ferramentas, responsáveis) iniciada.
- Recomendações para gestão compartilhada elaboradas.
- Próximos passos elaborados.

O encontro transcorreu de forma descontraída e produtiva. Os participantes mostraram-se interessados e cooperaram, participando ativamente para atingir os resultados esperados. Nas avaliações teve destaque a importância da moderação para o alcance de resultados objetivos, melhor uso do tempo e mediação de conflitos e das contribuições.

Contextualização

A Rede Social Brasileira por Cidades Justas e Sustentáveis (Rede Social de Cidades) reúne movimentos e iniciativas brasileiras que objetivam a transformação social por meio da incidência nas políticas públicas das cidades onde estão localizadas. Caracteriza por ser um espaço de troca de informações, definição e realização de estratégias e ações conjuntas, a fim de estimular a capacidade operativa de cada um dos movimentos partícipes, de pautar temas nacionalmente e de legitimar as iniciativas que a integram.

A missão da Rede Social de Cidades é:

“Articular, de forma corresponsável, os esforços dos movimentos e iniciativas locais para a construção de cidades e territórios justos e sustentáveis, tendo como valor essencial a democracia participativa”.

A comunicação tem papel essencial para o cumprimento da Missão da Rede Social de Cidades, tanto pela sua relevância na articulação dos movimentos e comunicação interna, quanto pela enorme demanda de externar os princípios defendidos por seus integrantes, na forma de ações educativas, informações relevantes, campanhas e

convites à ação e participação. O Planejamento de Comunicação é, portanto, um marco para a consolidação e ampliação do alcance da Rede e dos Movimentos que a integram.

Programação

Horário	Atividades da quinta-feira, 09 de abril
9h	Abertura e boas vindas
9h15	Organização da Oficina: Apresentação dos participantes, do objetivo, do programa e dos aspectos metodológicos.
9h30	Análise de Situação da Comunicação Interna e Externa <i>Trabalho em grupo</i>
10h30	Intervalo
10h45	Análise de Situação da Comunicação Interna e Externa <i>Plenária</i>
12h30	Almoço
14h	Imagem Institucional da Rede <i>Trabalho em grupo e plenária</i>
16h	Intervalo
16h15	Objetivos de Comunicação da Rede <i>Trabalho em grupo e plenária</i>
19h	Avaliação do dia

Horário	Atividades da sexta, 10 de abril
8h	Atividade de início do dia
8h15	Matriz de Comunicação Interna e Externa (Público, estratégias, canais/ferramentas) <i>Trabalho em grupo</i>
9h45	Intervalo
10h	Matriz de Comunicação Interna e Externa (Público, estratégias, canais/ferramentas) <i>Plenária de socialização</i>
12h30	Almoço
14h	Matriz de Comunicação Interna e Externa (Público, estratégias, canais/ferramentas) <i>Plenária de socialização</i>
15h	Gestão Compartilhada da Comunicação <i>Trabalho em grupo e plenária</i>
17h	Próximos passos e avaliação
17h30	Encerramento

RESULTADOS

Abaixo, os resultados das diversas etapas do processo participativo, conforme enumeradas na programação acima.

1. Público

Direto	Indireto
<ul style="list-style-type: none"> • Movimentos da Rede • Organizações Sociais • Movimentos sociais • Poder público municipal, estadual e federal (legislativo, executivo e judiciário) • Imprensa • Rede Latino Americana • Empresas • Agentes Internacionais financiadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Cidadãos interessados • Sociedade civil em geral

2. Diagnóstico da Comunicação

Ambiente Externo	Oportunidades	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> • Maior credibilidade das ONGs junto à mídia • Empresas sensibilizadas para a pauta da sustentabilidade • Descrença na política partidária • Aumento do interesse da população em política • Aumento da consciência sobre temas ambientais • Maior acesso à internet e as redes sociais • Justiça, sustentabilidade e democracia estão na pauta da sociedade • Efeitos dos impactos ambientais mais evidentes • Ampliação das mobilizações populares • Falta de dados e indicadores por parte do poder público • Carência de conhecimento técnico por parte do poder público • Acesso à plataformas e aplicativos de monitoramento e incidência de políticas públicas • Potencial de colaboração das ONGs com as mídias • Ampliação dos canais de mídias alternativa e independente 	<ul style="list-style-type: none"> • Perseguição política aos veículos de comunicação • Ameaça de cooptação pelo Governo • Pouco entendimento do conceito de Rede e de Rede de Cidades • Diferença de linguagem entre ONGs e mídia • Precarização do trabalho dos profissionais de comunicação • Empresas tem entendimento equivocado do tema sustentabilidade • Falta de cultura de participação por parte da sociedade • Descrença na política • Estigmatização das ONGs e na mídia • Desconhecimento e descrença em movimentos apartidários • Polarização da sociedade • Linhas editoriais partidárias • Pouco alcance dos canais alternativos de comunicação • Responsabilidade social corporativa focada no assistencialismo

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Ambiente Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento acumulado • Existência dos princípios para a comunicação • Talentos • Entusiasmo dos envolvidos • Desejo da gestão compartilhada • Diversidade (Diver-cidade) de temas e iniciativas • Capilaridade da Rede • Pautas comuns • Potencial colaborativo da Rede • Diversidade de ferramentas tecnológicas • Credibilidade e reputação da Rede • Resiliência da Rede • Sinergia da Rede • Vínculos da Rede 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistência de procedimentos comuns • Falta de recursos financeiros para comunicação. • Não inclusão da Rede na agenda (rotina) local • Pouco uso da capilaridade da rede nas ações de comunicação • Indefinição no uso das ferramentas • Subutilização de ferramentas de comunicação da Rede • Informações não sistematizadas • Informações dispersas das experiências • Comunicação centralizada (!) • Pouca pró-atividade dos movimentos na divulgação de notícias da Rede • Pouco cuidado com a comunicação virtual • Ruído na comunicação presencial • Não há unidade/assinatura conjunta da Rede • Não há identidade da Rede • Indefinição de pautas prioritária • Reuniões virtuais longas e com baixa produtividade

3. Imagem da Rede

A. Como a rede gostaria de ser comunicada?

- Como rede
- Como promotora de justiça social
- Como fonte de inspiração para a inovação
- Como movimento coerente com sua carta de princípios
- Como parte da identidade de cada movimento
- Como fonte confiável de informação
- Como uma organização que atua no campo dos Direitos Humanos
- Como influenciadora de políticas públicas
- Como apartidária
- Como promotora de processos educativos para a sustentabilidade
- Como referência em monitoramento social
- Como referencia na luta pela redução das desigualdades sociais
- Como um movimento propositivo e aberto ao diálogo
- Como movimento que se posiciona sobre temas relevantes
- Como uma referência em mobilização, articulação, monitoramento, educação e difusão no tema: cidades justas, democráticas e sustentáveis.

B. O que a rede quer comunicar?

- Como “Cidades em Rede”
- Pautas que fomentem a garantia e o fortalecimento dos direitos humanos, políticas públicas multitemáticas sustentáveis
- Informações de origem apartidária e fontes confiáveis
- Indicadores e dados de acompanhamentos da gestão pública
- Ações e boas práticas dos movimentos
- Posicionamento conjunto sobre temas relevantes (maioridade penal, reforma política, etc)
- Caminhos de monitoramento e participação social
- Campanhas definidas no planejamento da Rede

4. Objetivos de Comunicação

OBJETIVOS

Objetivo 1: Consolidar e fortalecer a identidade e a imagem da rede.

Objetivo 2: Consolidar a rede como fonte de informação para a mídia

Objetivo 3: Estabelecer canais de diálogo com a sociedade civil de maneira a estimular uma nova forma de se relacionar com a política e com os espaços de participação.

Objetivo 4: Estabelecer canais de diálogo com o poder público de maneira a estimular uma nova forma de se relacionar com a política e com os espaços de participação.

Objetivo 5: Aperfeiçoar procedimentos e fluxos da comunicação interna para que seja eficiente, eficaz e efetiva

Objetivo 6: Organizar e disseminar informações com os temas de atuação da Rede.

Objetivo 7: Buscar a autonomia financeira da comunicação da Rede

Objetivo 8: Estuturar e priorizar a comunicação em rede.

DIRETRIZ

Comunicar de maneira atraente e pedagógica de forma a atingir os diferentes públicos

5. Governança

Arranjo

- Trabalhar com multiliderança, em duplas distribuídas por áreas temáticas e com revezamento de áreas bimestral (à avaliar periodicidade da tarefa)

ÁREAS TEMÁTICAS

Gestão do Plano de Comunicação

Gestão da Comunicação Interna

Assessoria de Comunicação

Campanhas de Mobilização

Responsáveis: Zuleica e Marcelo

Prazo: até 17 de abril

Tomada de decisão

- Estabelecer uma agenda anual para alinhamentos, encaminhamentos e monitoramento mensal do plano de comunicação
- Estabelecer prazos para respostas às consultas feitas por e-mails: 3 dias ou 72 horas.
- Comprometimento máximo com as ações emergenciais: site, plano de comunicação e filme institucional

Responsável: Vanessa

Prazo: 30 de abril – 5 reuniões virtuais: 15 e 22 de abril (quartas), 17 e 24 de abril (sextas)

Comunicação

- Fazer emergencialmente um grupo no Facebook com os representantes das 9 secretarias
- Criar um Whats App do Colegiado
- Hangout
- Grupo Google

Responsável: Suelen

Prazo: 13 de abril

Planejamento

- Revisar o Plano de Comunicação Anualmente durante os encontros da Rede
- Definir indicadores e metas do Plano de Comunicação
- Consolidar Planejamento

Responsável: Marcelo

Prazo: 30/04

6. Avaliação do Planejamento

Pontos Positivos

- Anfitriãs e tudo que envolveu: espaço, ferramentas, carinho, atenção
- Domínio do tema, competência e amorosidade da moderadora
- Engajamento e disposição dos participantes
- Resultados objetivos
- Bom humor + produtividade
- Criatividade do Grupo

- Moderação
- Comprometimento
- Estabelecimento de diretrizes para comunicação
- Participação do Grupo
- Compromisso com o processo de construção do Plano
- Foco
- Clareza
- Produtividade
- Entendimento e resolução de conflitos
- Leveza, processo divertido
- Forma didática de condução do grupo
- Moderação, boa participação e envolvimento dos presente
- Energia convergente
- Moderação
- Compromissos e dedicação
- Parcerias

Pontos Negativos

- Ansiedade
- Processo de abertura e escuta
- Capacidade de escuta dos participantes
- Falta de zelo na fala com o próximo
- Falas atropeladas
- Pouca atenção ao usar do celular durante o curso
- Pouco tempo
- Pouco tempo e cansaço
- (X) (?) Processo de amadurecimento

Sugestões

- Sempre ter moderação
- Sempre ter moderação com a Tatiana
- Facilitador sempre
- Que a Tatiana volte a nos moderar
- Facilitação Gráfica + Moderador nos outros planejamentos
- Mais encontros presenciais da Secretaria Colegiada
- Cuidar para que todos permaneçam até o final

Considerações finais

Apesar do desafio posto - realizar muito em tempo escasso e suprir uma demanda antiga de planejar a comunicação a fim de torná-la eficiente, eficaz e efetiva - o encontro atingiu plenamente seus objetivos. Deseja-se que o espírito de prontidão, cooperação e

foco na missão coletiva perdure para além deste encontro presencial e se faça presente nos momentos virtuais e reencontros porvir.

Após o planejamento o trabalho começa efetivamente. São muitos objetivos, ações e ideias criativas, e ficará à cargo da Rede de Movimentos torná-los realidade. A gestão do tempo, a articulação e o trabalho em rede são facetas desafiadoras, mas também que podem ser estimulantes e levar ao amadurecimento do grupo.

Deste encontro, ficam alguns aprendizados e sugestões. Foi essencial aliar o bom humor, a leveza e a criatividade à produtividade, garantindo ambientação adequada e clima agradável de trabalho. A moderação teve papel de destaque, criando foco, clareza e espaço para expressão do compromisso e a dedicação dos presentes. A dinâmica do encontro também resultou em parcerias fundamentais para o sucesso do trabalho porvir.

Os pontos negativos precisam ser observados e sanados, a fim de garantir ainda mais produtividade e leveza nos encontros subsequentes. Será importante aprimorar o processo de abertura e de escuta, evitando assim falas atropeladas e a elevação da ansiedade no grupo.

Algumas sugestões nesse sentido foram sempre trabalhar com moderação, usar mais vezes a facilitação gráfica, ampliar o número de encontros presenciais, reduzindo, assim, a pressão do tempo de discussão dos assuntos e, por fim, cuidar para que todos permaneçam até o final da reunião. Atentos a isso, esperamos aprender e fazer encontros cada vez melhores.