

HORIZONTE
OCEÂNICO
BRASILEIRO **HOB**



EDUCOMUNICAÇÃO

DICAS PARA COMUNICAÇÃO INTERNA

ALGUMAS DIRETRIZES PARA UM BOM FLUXO DE
COMUNICAÇÃO DA REDE





COMUNICAR

É uma das formas fundamentais da nossa existência!



COMUNICAR ≠ INFORMAR

COMUNICAR É:

Pôr em comum, compartilhar.
Quando nos comunicamos é importante saber se nossa mensagem foi compreendida e buscar um **feedback!**



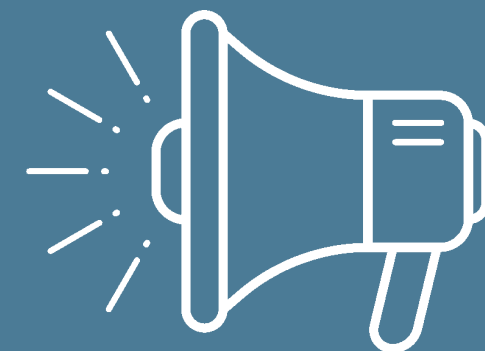
Importância do feedback



- Aumenta a certeza da compreensão das mensagens (da eficácia da comunicação);
- Aumenta a confiança de quem emite e quem recebe a mensagem;
- Estimula a comunicação;
- Ajuda a perceber quais são os obstáculos e ruídos comunicacionais;



PROCESSO COMUNICACIONAL



O processo comunicacional, a forma como nos comunicamos e nos entendemos (ou não) sempre foi objeto de interesse de vários pensadores e teóricos.



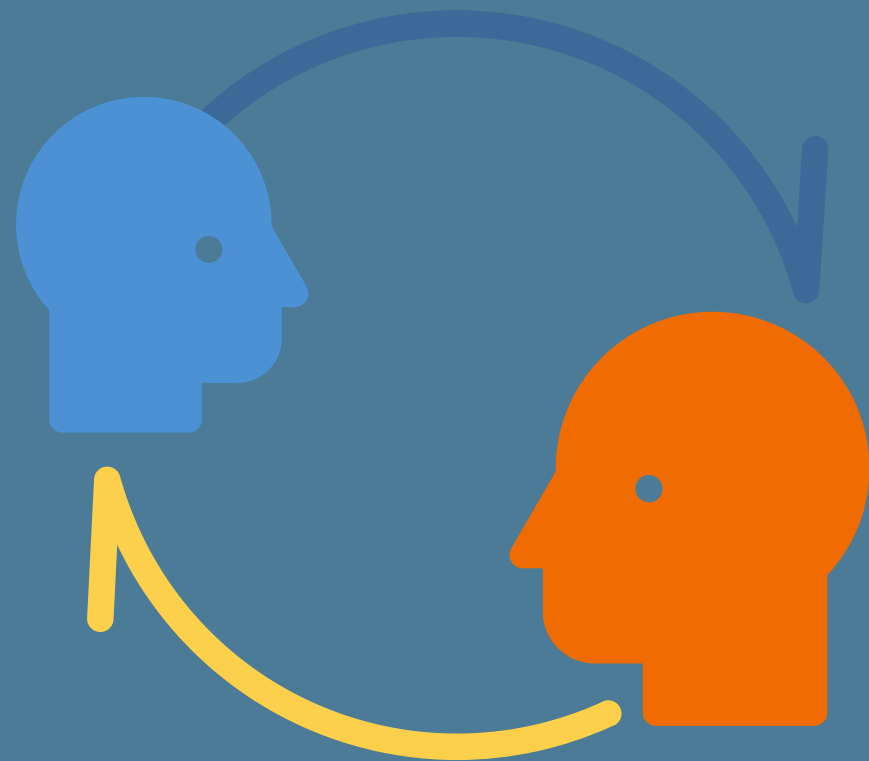
Para Aristóteles, considerado o primeiro pesquisador de comunicação, por seus estudos sobre retórica, o processo comunicacional se resumia a: alguém (emissor) fala algo (mensagem) para outra pessoa (receptor/destinatário)

EMISSOR → MENSAGEM → DESTINATÁRIO





Vários outros modelos de comunicação foram sendo desenvolvidos depois da reflexão inicial de Aristóteles, se ampliando e se complexificando a partir da contribuição de diferentes teóricos como Lazarsfeld, Lasswell, Shannon e Weaver, Schramm, Roman Jakobson, entre outros. Eles foram inserindo elementos para pensar o processo comunicacional.



Entre esses elementos, o canal por onde vamos enviar a mensagem e que precisa ser pensado de acordo com o público que vai recebê-la; o código a ser usado pelo emissor na mensagem e decodificado pelo receptor; os eventuais ruídos que podem acontecer nesse processo e atrapalhar a comunicação; o contexto em que essa relação acontece; o feedback; o efeito da mensagem em seu público, etc.



REMETENTE/ EMISSOR

- **É** quem emite a mensagem (*Indivíduo ou grupo*);
- **Responsável** pela codificação da mensagem;



CANAL



- Meio pelo qual a mensagem é enviada > De acordo com a mensagem (tipo/conteúdo) ou objetivo e condições do receptor



MENSAGEM



- **Pode** ser visual, auditiva, audiovisual;
- Codificada de acordo com o público;
- Deve respeitar o contexto;



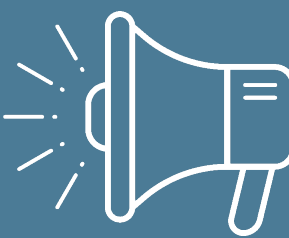
RECEPTOR



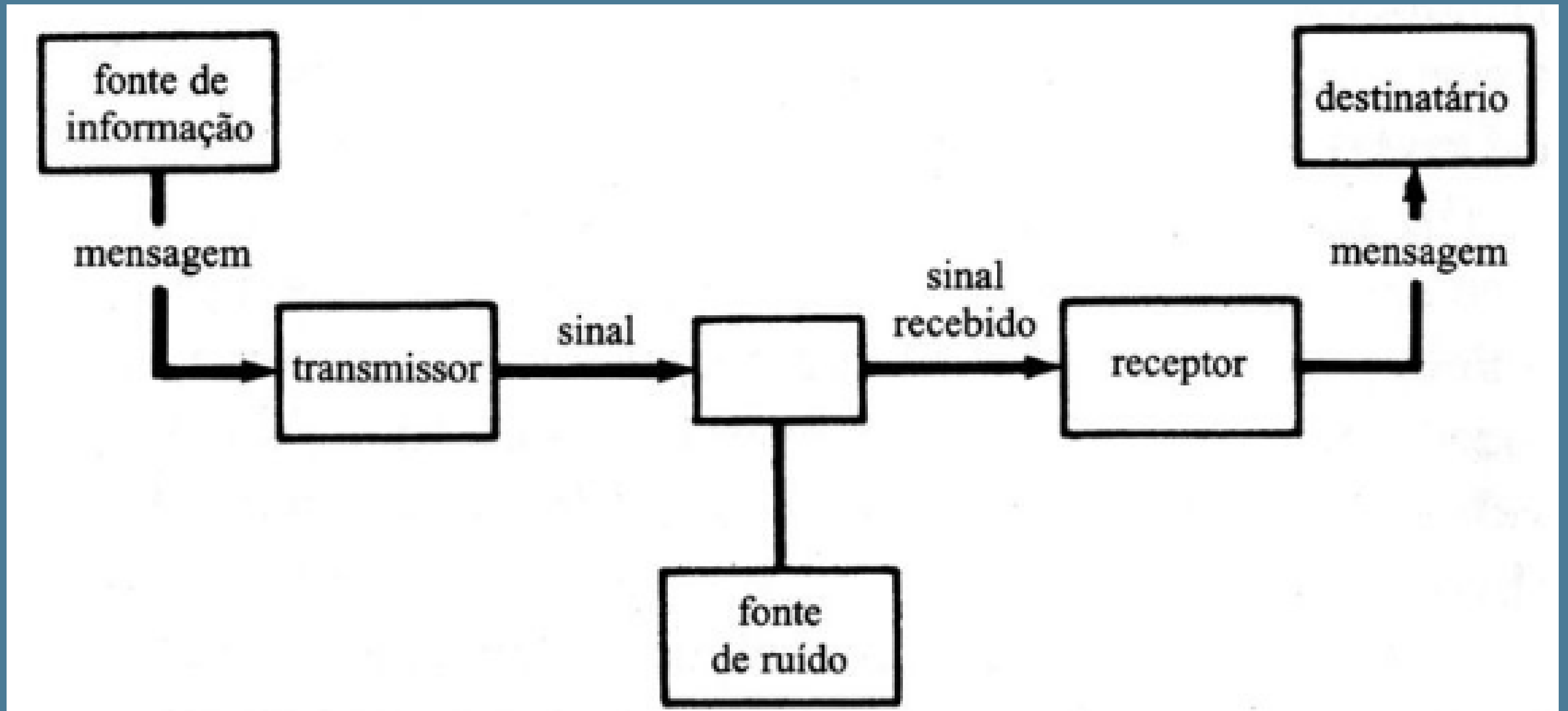
- **É** preciso identificar meu público para saber a melhor mensagem e canal para falar com ele;

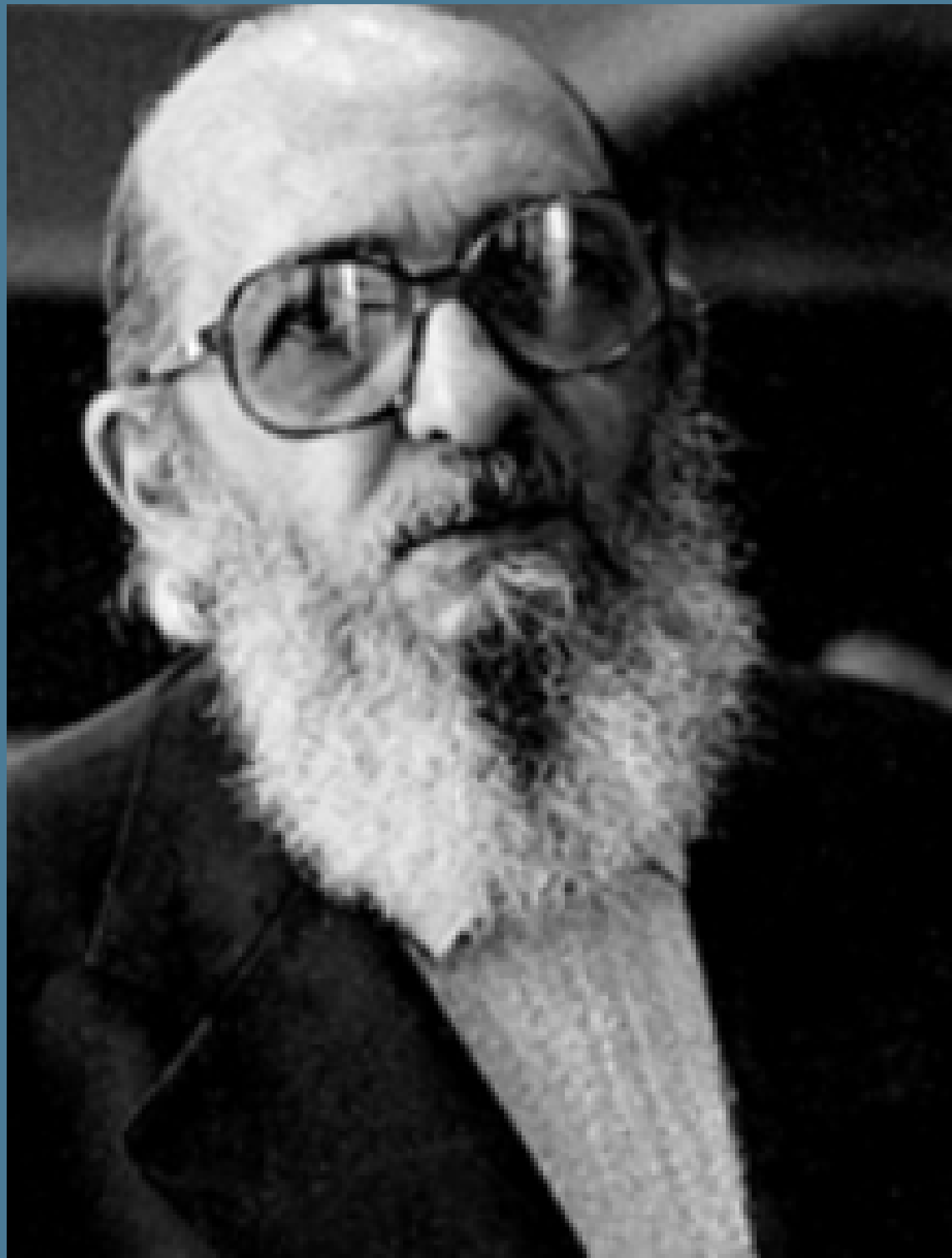
Em uma situação de comunicação, em geral, um remetente envia uma mensagem a um destinatário. Para isso, ambos precisam conhecer o código da mensagem, ou seja, a língua, por exemplo. Essa mensagem, precisa ser enviada por um canal, que pode ser um telefone, um jornal, um e-mail e estar dentro de um mesmo contexto. Isso é o básico!





É preciso lembrar, porém, que ainda que usemos alguns modelos para falar do processo comunicacional, como o famoso modelo proposto por Roman Jakobson (figura), esse processo não é linear, mas circular, como veremos a seguir.





Paulo Freire (foto / wikipedia) resalta o processo comunicativo e sua circularidade pelo fato de que somos ao mesmo tempo emissores e receptores. Isso significa perceber o mundo de forma colaborativa, educacional!

Quer saber mais sobre esse tema?
Leia o artigo "Adiós Aristóteles", de
Luis Ramiro Beltrán (1970)

QUAL PÚBLICO EU QUERO ATINGIR?

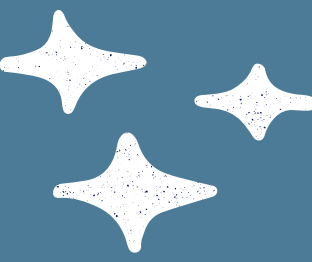


- Será que minha linguagem está clara?
- Se eu usar várias expressões, palavras complicadas ou em outras línguas – *que são referência no mundo dos negócios, mas não para minha equipe ou para meu público* – vou conseguir me comunicar?
- Se minha equipe não conseguir entender o que estamos fazendo, como vamos conseguir levar o projeto adiante e envolver outras pessoas?

Trabalhe primeiro a comunicação interna de sua rede para depois levar a mensagem para o público externo!



✦ ATENÇÃO

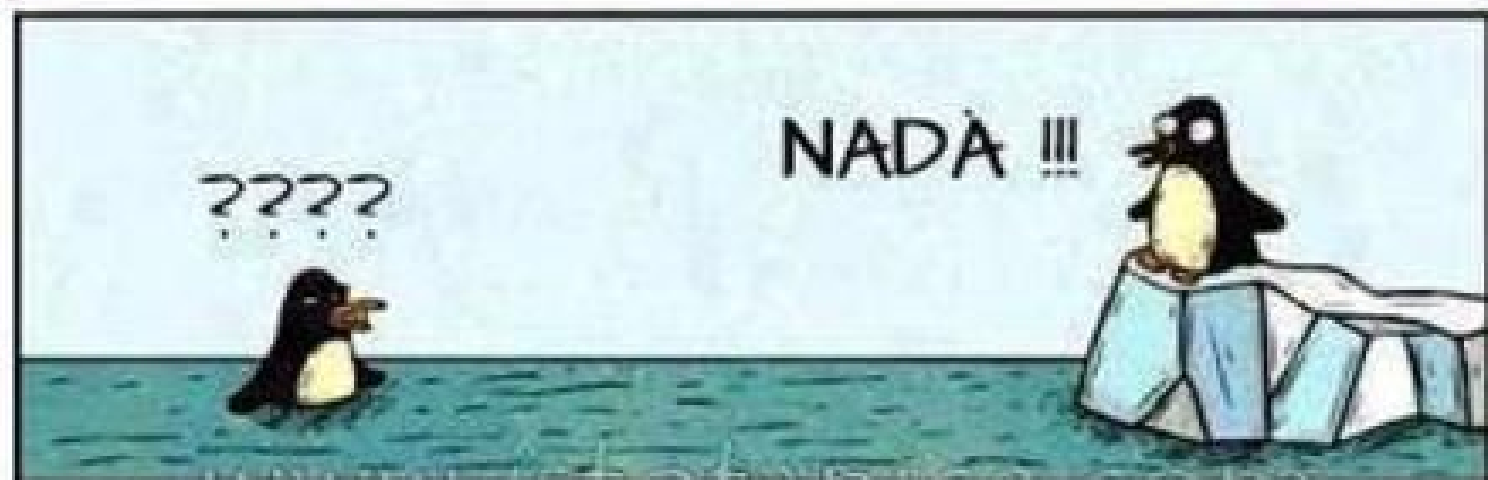
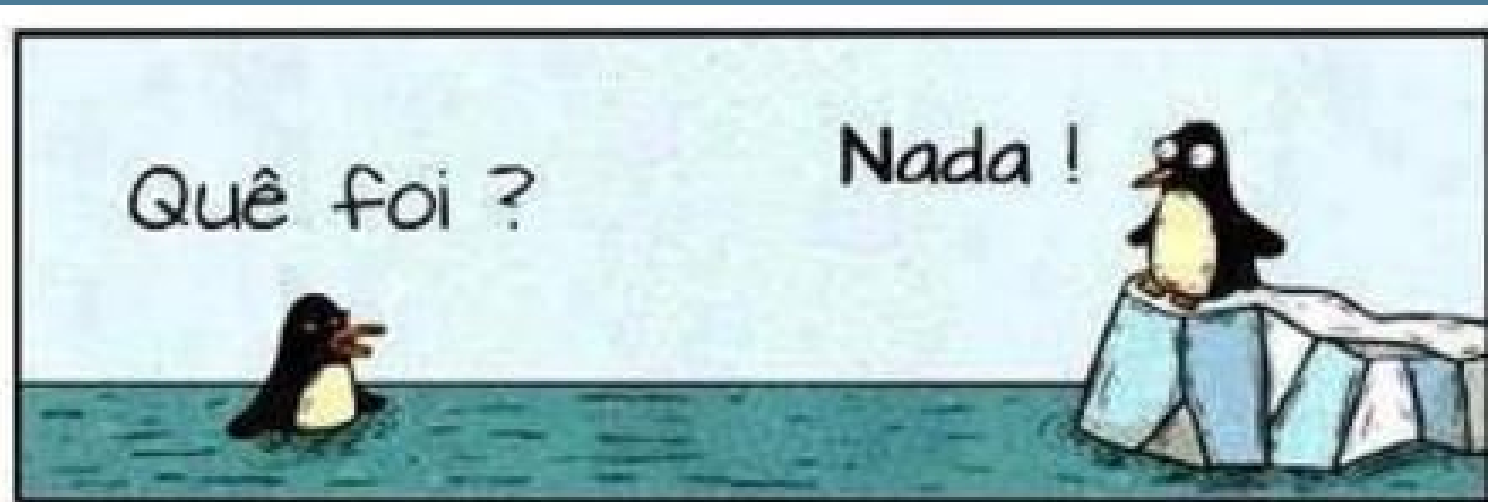


Um bom processo/fluxo de comunicação interno é aquele em que toda a equipe sabe qual caminho a mensagem percorre.

Por quê?

Porque se houver um problema, é fácil saber onde aconteceu o erro e **corrigi-lo**. Se ninguém sabe de onde a mensagem se originou, por onde passou e se há outras versões dela circulando, temos desinformação e não informação transformada em comunicação, ok?

✦ ✦ ✦
CUIDE DO FLUXO DE COMUNICAÇÃO DE SUA EQUIPE!!!



CERTIFIQUE-SE DE QUE SUA MENSAGEM FOI COMPREENDIDA!



Há obstáculos e problemas na comunicação que podem atrapalhar a sua eficácia. São os **RUÍDOS!** Eles podem variar de questões físicas, como falhas na conexão, a questões pessoais, como preconceitos ou ainda diferenças culturais, entre outras. Cabe analisar essas barreiras e encontrar formas de superá-las.

DICA: "Ouvir alguma coisa, não entendeu bem ou não sabe quem é a fonte? Não passe adiante. Busque confirmar a origem e veracidade de suas informações antes de compartilhá-las!"

REUNIÕES ONLINE

- O organizador deve entrar antes e deixar a sala pronta para receber os convidados;
- Convidar apenas pessoas essenciais para a reunião;
- Todos os presentes devem ser apresentados no início da reunião pelo anfitrião;



- Vestir-se adequadamente. **É uma reunião de trabalho;**
- Escolher espaço tranquilo e menos íntimo. Proteja sua privacidade!
- O organizador deve seguir a pauta encaminhada aos convidados;

REUNIÕES ONLINE

- Se todo/as se mantiverem concentrado/as na reunião, ela terminará mais rápido;
- Cada reunião deve ter um/a relator/a para registrá-la, preparar um resumo e enviar ao grupo posteriormente;

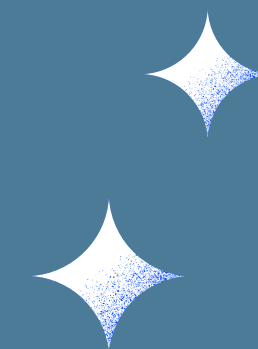
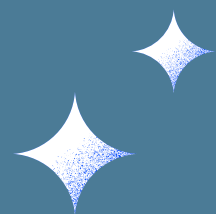


- Cada reunião deve ter um/a mediador/a para anotar a ordem de quem quer falar e dar a palavra;
- Se a conexão estiver ruim, talvez seja necessário desligar as câmeras.
- Verifique sempre se a câmera e o microfone estão desligados.

REUNIÕES ONLINE



- Enquanto outras pessoas estiverem falando seu microfone deve ficar desligado;
- Se quiser falar, acione o comando de levantar a mão e o mediador chamará os nomes por ordem de inscrição;
- Nunca interrompa a fala de alguém. Numa videochamada é difícil identificar quem está falando. E sem que o mediador passe a palavra, a reunião pode virar um caos se todo/as tiverem o mesmo comportamento;
- Para que uma reunião (online/ offline) seja eficiente e tenha bom clima é ideal que todo/as tenham lido a pauta e saibam sobre o assunto que será tratado.



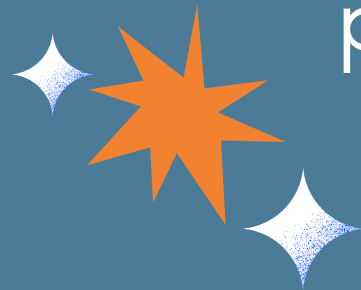
É IMPORTANTE:



1. Que os componentes saibam o papel de cada um dentro da rede;
2. Que a Secretaria Executiva (SEEx) certifique-se de discutir documentos com os anfitriões de cada time para sanar todas as dúvidas e, assim, eles possam repassar os documentos, decisões e próximos passos para seus times com mais segurança;
3. Que o anfitrião busque tirar todas as dúvidas do seu time; (Caso não consiga, deve recorrer à SEEx)
4. Que se algum time tiver sugestão em cima do documento apresentado, o anfitrião pode levá-la à reunião geral.

Vivemos uma época de excesso de informação e isso pode provocar desatenção e até desinformação!

Por isso... quando estiver na reunião, antes de criticar, julgar e perguntar, tenha a certeza de que leu com atenção os documentos, de que tirou as dúvidas com o anfitrião do seu time ou com a SEEx e de que está seguro/a do que vai falar.



AFINAL...



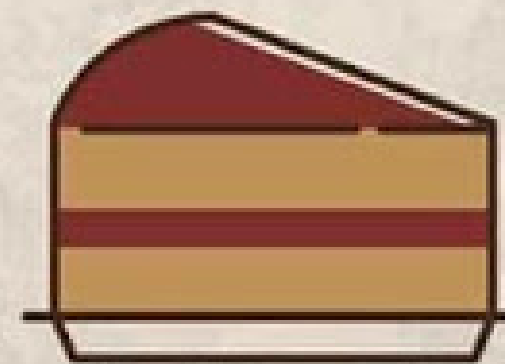
INTERPRETAÇÃO DE TEXTO NOS DIAS DE HOJE

Anúncio:

Oi, meu nome é Paulo. Vou vender bolo de chocolate hoje das 14h às 17h na entrada da faculdade. Cada fatia é R\$ 5,00. Interessados podem entrar em contato pelo 9999-9999.

As pessoas perguntam:

- O bolo é de quê?
- Quanto custa?
- Posso comprar às 18h?
- Onde você estará?
- Como faço para comprar?



Lingua Portuguesa - Céu




COMO RESOLVER?

ESCUITA EMPÁTICA

"Quando você fala está apenas repetindo aquilo que já sabe. Mas se você escuta, então pode aprender algo novo."

- Dalai Lama







Exercitar a COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA (CNV)

OBJETIVO DA CNV: "ESTABELEECER UM RELACIONAMENTO BASEADO NA SINCERIDADE E NA EMPATIA E SATISFAZER AS NECESSIDADES DE TODOS." (MARSHALL ROSEMBERG)



A CNV BASEIA-SE EM QUATRO COMPONENTES PARA SUSTENTAR UM DIÁLOGO:

1. **Observação:** Observe o que está acontecendo sem julgamentos;
 2. **Sentimentos:** Aprenda a identificar o que você sente em relação ao que observa;
 3. **Necessidades:** Além dos sentimentos que você já identificou, quais são as necessidades e desejos que você tem, conectados a esses sentimentos? “Por trás de todo comportamento existe uma necessidade” (Marshall Rosenberg).
 4. **Pedido:** Peça o que você precisa e deseja de forma clara. Não suponha, não espere que o outro saiba ou entenda o que você quer.
- 
- 

★ EDUCOMUNICAÇÃO

Centralidade e princípio nas ações do Painel Mar



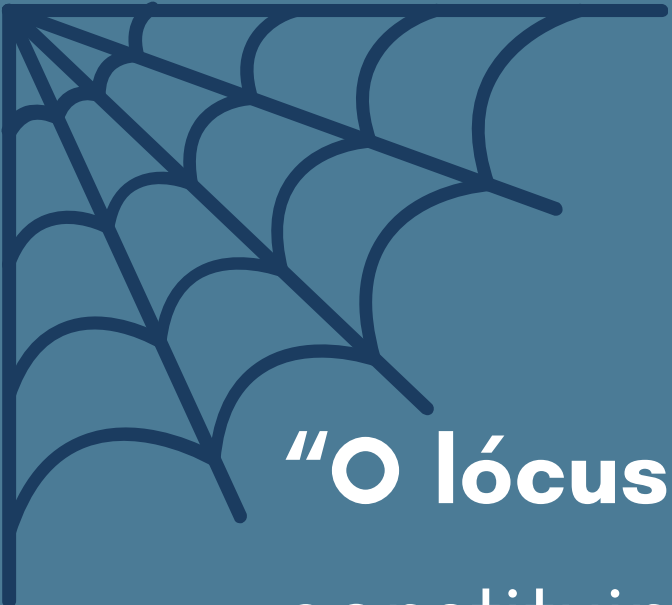


“A Educomunicação é um paradigma orientador de práticas sócio-educativo-comunicacionais que têm como meta a criação e fortalecimento de ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, mediante a gestão compartilhada e solidária dos recursos da comunicação, suas linguagens e tecnologias, levando ao fortalecimento do protagonismo dos sujeitos sociais e ao consequente exercício prático do direito universal à expressão.”

(Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação – ABPEducom)

ÁREAS DA EDUCOMUNICAÇÃO





“O lócus da prática educomunicativa: é a interface Comunicação/Educação, constituindo-se como um campo transdisciplinar de diálogo, garantidor de oportunidades para reflexões e ações voltadas ao planejamento e implementação de processos e produtos destinados, **(entre outras metas):**

• à ampliação da capacidade de expressão de todas as pessoas em um dado contexto educativo, presencial ou virtual (em práticas de ensino formal, experiências de educação não formal e informal);

• à melhoria do coeficiente comunicativo das ações educativas, convertendo-as em práticas de diálogo social, a serviço da cidadania;

- ao desenvolvimento de práticas de “literacia midiática”, mediante exercícios que facilitem o entendimento e análise do comportamento operacional dos meios de comunicação, bem como orientem o convívio com as mensagens midiáticas e seu uso no cotidiano da vida em sociedade;
- ao emprego dos recursos da informação nas práticas educativas, numa perspectiva criativa e participativa.
- ao protagonismo comunicativo dos sujeitos, independentemente de suas condições de idade, gênero, nível econômico ou posição social.”

(Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação – ABPEducom)



PARA REFLEXÃO

UBUNTU



"Eu sou porque tu és"

"Eu sou o que sou pelo que nós somos todos"



"Ubuntu é uma maneira de estar na vida. É a palavra que condensa a verdadeira essência do que é ser humano. A minha humanidade está intrinsecamente ligada à tua, por isso, eu sou humano, porque pertença participo e partilho de um sentimento de comunidade. Tu e eu somos feitos para a interdependência e para a complementaridade." Desmond Tutu



PARA REFLEXÃO

UBUNTU



A ética ou filosofia africana *Ubuntu* valoriza as relações humanas, a construção de pontes, a busca do diálogo. Baseia-se no princípio de que “*minha existência está conectada à do outro*”; a condição humana é uma existência coletiva, por isso a humanidade deve nutrir a solidariedade, o cuidado, o respeito, a empatia.



Pensar nessa existência coletiva e naquilo que nos conecta é uma boa forma de buscar estratégias para uma comunicação mais dialógica.



PARA REFLEXÃO

UBUNTU



- A filosofia Ubuntu nos lembra que eu só posso ser uma pessoa através de outras pessoas;
- Ser Ubuntu é acreditar na interdependência, numa humanidade comum e que o bem-estar individual está ligado à felicidade e ao bem-estar coletivos;
- Ubuntu está baseado na ética do cuidado, na construção de pontes e na liderança servidora.



INSPIRE-SE!!! SEJA UBUNTU!

DICAS E REFERÊNCIAS:

- 1 - Comunicação não-violenta: Técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais, Marshall B. Rosenberg (Editora Ágora, 2010)
- 2 - Vivendo a Comunicação Não Violenta, Marshall Rosenberg (Editora Sextante, 2019)
- 3 - Série de livros sobre Comunicação Interna disponíveis na livraria virtual da Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial):
<https://www.aberje.com.br/livraria/>
- 4 - Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media, Jorge Pedro Sousa (Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006)
- 5 - Linguagem e discurso: modos de organização, Patrick Charaudeau (Editora Contexto, 2010)

DICAS E REFERÊNCIAS:

- 6 - A arte de argumentar, Anthony Weston (Gradiva, 1996)
- 7 - Extensão ou Comunicação, Paulo Freire (Editora Paz e Terra, 2013)
- 8 - Informar não é comunicar, Dominique Wolton (Editora Sulina)
- 9 - Coleção Educomunicação - Edições Paulinas
- 10 - Filme Invictus (Dir.: Clint Eastwood / Roteiro: John Carlin e Anthony Peckham) - Referência para compreensão da filosofia Ubuntu
- 11 - Academia de Líderes Ubuntu. Manual do Formador. (Edição IPAV, 2019)

Produção e edição: Cristiane Parente (Iandé Comunicação e Educação)
Colaboração: Isabelle da Silveira, Juliet Correa da Costa, Karla Lobato,
Patrícia Zimmermann, Vanessa Elias Gomes da Silva
Diagramação: Marcela Dálete Moraes Santos

CONTATO:

Cristiane Parente

iande.cristiane@gmail.com

PainelMar

painelmar@gmail.com

IG: @painel_mar

