



ESCOTEIROS  
DO BRASIL

# CARTILHA DE COMUNICAÇÃO



**ESCOTISMO**  
TRANSFORMAR PARA CRESCER

# CARTILHA DE COMUNICAÇÃO

## **Diretoria Executiva Nacional**

Rafael Rocha de Macedo  
Cristine Ritt  
Roberlei Beneduzi  
Carla Neves  
Celso Menezes  
Lidia Ikuta  
Paula Acirón  
Sérgio Marangoni

## **Produção e Organização de Conteúdo**

Gabriel Rodrigues  
Heloisa Ançanello  
Marjorie Friedrich

## **Projeto Gráfico**

Angelica Maciel Buch

## **Diagramação**

Raphael Luis K.



## **Escritório Nacional Escoteiros do Brasil**

Rua Coronel Dulcídio, 2107 - 80250-100 - Curitiba/PR  
(41) 3353-4732 - [www.escoteiros.org.br](http://www.escoteiros.org.br)

Fevereiro de 2021

# ÍNDICE

<b>4</b>	<b>Apresentação</b>
<b>5</b>	<b>Comunicação Escoteira</b>
<b>5</b>	<b>Públicos Escoteiros</b>
<b>6</b>	<b>Palavras-chave</b>
<b>7</b>	<b>Equipe de Comunicação Local</b>
7	Criador de conteúdo
7	Designer
7	Videomaker
8	Redator
8	Apresentador
8	Playlister
8	Produtor de Memes e Stickers
8	Almoxarife Digital
8	Social Media
8	Monitor e Submonitor
<b>9</b>	<b>Fotografia e Vídeo</b>
<b>10</b>	<b>Redes Sociais</b>
10	Facebook
11	Instagram
11	Youtube
12	Twitter
12	TikTok
<b>12</b>	<b>Relacionamento com a Imprensa</b>
12	Mailing
12	Release
13	Escrevendo uma notícia
13	Próximos passos
<b>14</b>	<b>Dicas Gerais</b>
<b>16</b>	<b>ANEXO 1 - Como gerar cobertura da mídia</b>
<b>17</b>	<b>ANEXO 2 - Como gerar cobertura de radio</b>

## APRESENTAÇÃO

O escotismo foi criado, por essência, para ser um movimento juvenil, feito por jovens e para jovens, com o auxílio de adultos voluntários. Se chama movimento por estar em constante transformação, acompanhando as mudanças de cada geração, mas sem perder seu propósito educacional.

Ao longo de um século de história a forma de mostrar, falar e comunicar sobre o Movimento Escoteiro também mudou. E hoje, mais do que nunca, estamos ainda mais em movimento, conectados e com o escotismo presente em diversas plataformas, sejam elas online ou offline. Não se comunicar pode significar não existir.

A comunicação garante o reconhecimento da organização pela sua relevância educacional e pelo impacto gerado pelo escotismo na sociedade. Ainda há muito a aprimorar e o maior desafio é dar continuidade a tudo o que já foi construído, além de constantemente promover ações que reforcem a marca e o posicionamento dos Escoteiros do Brasil.

Neste material especial de comunicação para Unidades Escoteiras Locais vamos trazer algumas dicas de como sua UEL pode usar a comunicação a seu favor, buscando alcançar novos públicos e valorizando cada vez mais todas as atividades que também são realizadas a nível local. **Boa leitura e bom trabalho!**



## COMUNICAÇÃO ESCOTEIRA

A área de Comunicação e Relacionamento é considerada mundialmente uma das seis prioridades estratégicas do Movimento Escoteiro. Os comunicadores escoteiros devem buscar retratar com precisão o que é feito e porque é feito, refletindo os valores compartilhados entre os escoteiros de todo o mundo.

O objetivo principal da comunicação no Movimento Escoteiro é **“desenvolver estratégias de comunicação que garantam o reconhecimento dos Escoteiros do Brasil como o mais relevante movimento de educação para a juventude.”** Apoiando a meta 4 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas resumida como “Educação para a vida”.

Todas as comunicações, independentemente do tópico, devem se referir a esse objetivo principal, a fim de apoiar consistentemente a marca do escotismo a nível mundial e nacional. **E aí, você está pronto para ajudar a alcançar este objetivo?**

## PÚBLICOS ESCOTEIROS

Um dos primeiros passos antes de começar a produção de conteúdo sobre o escotismo é conhecer o público com o qual estamos conversando, ou seja, definir nosso público alvo. O público alvo nada mais é do que um grupo de pessoas específico que gostaríamos de atingir com o que estamos produzindo, assim, uma vez que conhecemos essas pessoas podemos direcionar o uso e escolha de palavras, imagens e vídeos para que a comunicação seja mais efetiva!

Dentro do Movimento Escoteiro podemos definir três categorias de público alvo:

- 1. Público 1 - Interno:** jovens, adultos voluntários, familiares, apoiadores e UELs;
- 2. Público 2 - Externo:** imprensa e pessoas que não são escoteiras, simpatizantes da vida ao ar livre, aventureiros, educadores, lideranças comunitárias, influenciadores, familiares e responsáveis;
- 3. Público 3 - Parceiros Estratégicos.**

Após a definição do grupo de pessoas que queremos alcançar com nosso conteúdo vem a parte de produção! É importante lembrar que ao realizar o processo de comunicação precisamos ser claros quanto a nosso posicionamento: um movimento de educação não-formal baseado em valores que oferecem aos jovens o desenvolvimento de habilidades para que se tornem cidadãos ativos em suas comunidades.



## PALAVRAS-CHAVE

Para que nosso posicionamento seja sempre claro, é importante se atentar às palavras-chave que utilizamos, elas são palavras centrais em textos, ou sensações em imagens e vídeos que definem qual a mensagem que o conteúdo está querendo transmitir. Algumas palavras-chave que remetem ao movimento escoteiro são:

- Educação para a vida;
- Jovem;
- Desafiador;
- Positivo;
- Ao ar livre;
- Inspirador;
- Feliz;
- Diversa (de culturas, gênero, geografia, religião, entre outros);

**Além disso, imagens com jovens devem ser usadas sempre que possível para manter a imagem do Escotismo voltada para a juventude.**

Uma vez que definimos nosso público alvo e nos atentamos a sempre transmitir nosso posicionamento, vamos “pôr a mão na massa” e iniciar a produção dos conteúdos! As publicações, textos, artes e imagens devem ser atrativos a todas as pessoas que estão nos acompanhando, desde os jovens escoteiros, pais, apoiadores até mesmo moradores das comunidades onde as UELs estão localizadas.

Uma dica é investir em curiosidades e características do movimento escoteiro que reforçam nossa mensagem e demonstrem o impacto social, além de se relacionarem com a vida cotidiana, como por exemplo o impacto de ações ou projetos realizados por sua UEL, receitas mateiras que podem ser feitas em casa, lugares da região para acampar ou até mesmo jogos e músicas que podem ser aplicadas em escolas.

Quando combinamos a divulgação de nossas atividades e mostramos a aplicação do escotismo no dia-a-dia, despertamos a curiosidade do nosso público externo e mantemos nosso público interno motivado e engajado!

## EQUIPE DE COMUNICAÇÃO LOCAL

Criar uma Equipe Local de Comunicação irá ajudar muito no desenvolvimento da sua Unidade Escoteira Local, e a participação dos jovens é fundamental para que este processo tenha o sucesso desejado. Esta equipe será responsável pela criação e desenvolvimento dos conteúdos que irão mostrar como são as suas atividades locais, além de fortalecer a imagem da sua UEL diante de toda a comunidade.

Esta equipe deve ser coordenada por um pioneiro, escotista ou dirigente nomeado pela Diretoria Local. Sugerimos que esta pessoa tenha entre 18 a 26 anos, fortalecendo assim a atuação de jovens e escotistas que também possam atuar na Rede de Jovens Líderes no nível local.

Além do Coordenador são sugeridos:

- Representante do Ramo Lobinho - nomeado(a) pelo(a) Akelá;
- Representante do Ramo Escoteiro - nomeado(a) pelo(a) Chefe de Tropa;
- Representante do Ramo Sênior - nomeado(a) pelo(a) Chefe de Tropa;
- Representante do Ramo Pioneiro - nomeado(a) pelo(a) Mestre Pioneiro(a);
- Representante Jovem do Ramo Lobinho - nomeado(a) pelo(a) Akelá;
- Representante Jovem do Ramo Escoteiro - nomeado(a) pelo(a) Chefe de Tropa;
- Representante Jovem do Ramo Sênior - nomeado(a) pelo(a) Chefe de Tropa;
- Representante Jovem do Ramo Pioneiro - nomeado(a) pelo(a) Mestre Pioneiro(a);
- Representante da Diretoria - nomeado(a) pela Diretoria;
- Representante dos Pais - nomeado(a) pela Assembléia de Grupo.

Além disso, o(a) Coordenador(a) de Comunicação pode indicar outros membros para cumprir demandas mais pontuais e/ou temporárias de acordo com a necessidade e especialidade de cada um.

### **Confira algumas das funções que podem ser compartilhadas entre os jovens dentro da Equipe Local de Comunicação:**

#### Criador de conteúdo

Sabe aquela hashtag que está em alta? Aquele assunto que está nos tópicos mais comentados? Os criadores de conteúdo sabem! Eles têm rapidez e agilidade para pesquisar o que é necessário para as atividades e gincanas online. São pessoas criativas que pensam em temas para serem postados e produzidos através de textos, vídeos ou imagens, buscando o assunto do momento na internet. Por isso escolham alguém super antenado e criativo.

#### Designer

A mente criativa e que domina programas de edição de imagens! Além disso, é a pessoa que tem uma boa noção de cores e outros elementos gráficos para fazer montagens e layouts. O designer usa a imagem para complementar uma mensagem e torná-la mais eficiente. Habilidades com desenho e criatividade também são bem-vindas!

#### Videomaker

Outra forma de transmitir uma ideia é por meio de vídeos, recurso muito em alta nas redes sociais. Sua patrulha vai precisar de um videomaker! Essa pessoa precisa ser fera nos apps de edição de vídeos, mas também precisa ter um bom entendimento de como construir um roteiro interessante (com início, meio e fim) e gravar quando for necessário. Ela também poderá fazer montagens com vídeos, imagens, animações e gifs já existentes: o que vale é soltar a imaginação e se divertir!

### Redator

É o responsável por criar os textos que acompanharão as publicações nas redes sociais, na descrição dos vídeos no YouTube, ou até mesmo em um blog/vlog que a patrulha pode escolher criar. Essa pessoa também tem a função de ajudar o designer e o videomaker a escolher os textos que vão nas artes e vídeos, além de conversar com o criador de conteúdo para os escrever roteiros, determinando as melhores frases e corrigindo possíveis erros. Não é porque estamos na internet que a língua portuguesa não deve ser respeitada, ok?

### Apresentador

Sabe aquele cara com vocação para blogueirinho ou blogueirinha? Que tem carisma, divertido, espontâneo, fala bem e consegue superar a vergonha na frente das câmeras, e que na verdade adora uma câmera?!... ele deve ser o apresentador da patrulha! Essa função pode ser revezada entre mais de um integrante. Além disso, em situações que for necessária apenas locução, o apresentador será o narrador de conteúdos em vídeo e/ou podcast.

### Playlister

Sabe aquela pessoa que sempre escolhe as melhores músicas para todos os momentos, sejam nas atividades no grupo, nos acampamentos, nas trilhas e nas jornadas que fazemos, ou até nas festinhas? Então esse é o playlister! É quem pesquisa músicas em busca da trilha sonora perfeita para os vídeos e outras produções envolvendo sons! Efeitos sonoros também podem deixar os conteúdos mais divertidos. Além disso, é a pessoa responsável por criar listas de músicas para manter a patrulha sempre animada em qualquer momento!

### Produtor de Memes e Stickers

Memes são um clássico da internet! Escolham pessoas que tenham criatividade, muito senso de humor, engraçados e que gostem de memes. Elas não perderão nenhuma oportunidade de levar bom humor para os conteúdos da patrulha. Os memes produzidos

podem ser algo interno da patrulha para manter o ambiente alegre e engraçado ou podem ser publicados e de entendimento de todo o público!

### Almoxarife Digital

Agora estamos falando do cara que é organizado e não perde nem uma senha ou documento. O almoxarife digital é quem organiza os arquivos da patrulha na nuvem para não perder nada, deixando tudo claro e de fácil utilização de todos! Essa pessoa também pode ser responsável por buscar as melhores formas de salvar os documentos na “nuvem” para que qualquer membro da patrulha consiga acessá-los. Por fim, administra as contas em redes sociais e sites de edição, a fim de que nenhuma senha da patrulha se perca.

### Social Media

O responsável por fazer todas as postagens nas redes sociais, escolhe os horários e as hashtags que serão usadas para atingir o maior número de pessoas. É o integrante que reúne a produção final de cada um e publica o resultado do trabalho em equipe. Essa pessoa precisa conversar com as demais com frequência para elaborar um cronograma eficiente de conteúdo das postagens. É também quem interage com o público por meio do perfil da patrulha, respondendo comentários, DM's e mensagens.

### Monitor e Submonitor

Continuam como os coordenadores e líderes do grupo de jovens”. Claro que, assim como os encargos de sede e fora dela, vocês podem acumular as funções se necessário.

Mas alguns cuidados são muito importantes! Não esqueçam de usar imagens, músicas e conteúdo público e que não esteja ferindo o direito autoral de ninguém para que as produções não sejam retiradas do ar. Respeitem as regras de uso de imagem e dos programas! Existem várias ferramentas gratuitas disponíveis. Antes de mais nada, somos escoteiros e levamos em consideração as regras e direitos de todos.

## FOTOGRAFIA E VÍDEO

Os recursos visuais utilizados devem ter qualidade e obedecer às dimensões da rede social, sempre retratando o Escotismo de forma positiva. Se a imagem não tem qualidade ou contém detalhes que possam induzir ao erro, o melhor é não publicar. **Em todos os casos, o autor da fotografia deve ser citado.**

A divulgação de tais atividades deve levar em consideração que os conteúdos publicados atingem não somente o público escoteiro, mas também o público externo. Como somos um exemplo à sociedade, nas imagens de atividades comunitárias e presenciais a serem divulgadas, os associados devem utilizar máscaras e manter o distanciamento social entre si.

É de suma importância que as imagens divulgadas evidenciem as boas práticas de higiene de prevenção ao coronavírus.

Imagens com jovens devem ser usadas sempre que possível para manter a imagem do Escotismo voltada para a juventude.

Recomendamos às UELs e Distritos, bem como aos associados, que peçam auxílio às Equipes Regionais de Comunicação quando houver dúvidas sobre como ou quais conteúdos podem ou não serem divulgados.

Confira outras dicas sobre fotografia e vídeos:

- Monte uma equipe com jovens e adultos que tenham equipamentos, profissionais, semiprofissionais ou até mesmo celulares com boa qualidade de imagem. É importante que estas pessoas também saibam editar as imagens;
- Tenha suas fotos alinhadas à mensagem do escotismo: jovem, ao ar livre, diversa;
- Crie um processo de seleção, edição e organização das imagens em algum serviço online na nuvem e que esteja liberado para visualização de todos os integrantes da sua UEL;
- Tenha em mente que as fotos podem ser utilizadas para diferentes objetivos como publicação nas redes, arquivo histórico, uso da imprensa, material publicitário, entre outros;



- Desenvolva um plano e organize um cronograma para as tarefas dos membros da equipe;
- Confirme com os integrantes da sua UEL se todos possuem direito de uso de imagem;
- Considere como uma forma de arrecadação de recursos a venda de fotos impressas das atividades. Você pode comprar ou alugar impressoras, ou então buscar parceiros que façam a impressão. Essa é uma maneira de levar o escotismo para além do online, guardar uma recordação e gerar uma nova forma de recursos para sua UEL;
- Pense em como você pode incentivar fotos e vídeos gerados por jovens;

## REDES SOCIAIS

Redes sociais são um grupo de pessoas que se relacionam entre si, seja por assuntos ou interesses em comum. Porém, o surgimento da Internet intensificou esse fenômeno, proporcionando que essa conexão ultrapassasse as barreiras físicas, e assim, pessoas de diferentes localidades poderiam se conectar apenas com um clique.

As redes podem ter as mais diferentes funções e formatos, como vídeos, fotos e textos, determinados sempre pelo seu principal objetivo e pelo público que está presente. A responsabilidade sobre os conteúdos é da pessoa que administra o perfil ou página e, por esse motivo, é importante termos alguns cuidados com o que publicamos na internet, agindo sempre com atenção e responsabilidade.

### AS PRINCIPAIS REDES SOCIAIS DO MOMENTO

#### Facebook

Atualmente, o Facebook é a maior rede social do mundo, ultrapassando a marca de 2,6 bilhões de usuários registrados. Além disso, no Facebook não há limite de caracteres, e ele interage com outros sites e redes sociais, aceita a utilização de links, vídeos, fotos e aplicativos. Ainda, possibilita que pessoas curtam ou comentem publicações, e analisa os dados de acesso para sugerir conteúdos ou novas amizades.

O Facebook é uma ótima oportunidade para se conectar com pais, familiares e apoiadores do movimento escoteiro. Por se tratar de uma rede social mais conhecida, é possível encontrar o público adulto com maior facilidade, portanto as postagens devem trazer um conteúdo direcionado a eles, como fotos de atividades, projetos e ações realizadas pela UEL.



Além disso, o canal de mensagens (Messenger) é uma alternativa para a comunicação direta, onde seus seguidores podem entrar em contato para tirar dúvidas, apresentar sugestões e até mesmo elogios.

### Instagram

O Instagram é uma das redes sociais que mais cresceu e se desenvolveu nos últimos anos, atingindo a marca de mais de 1 bilhão de usuários registrados. Hoje, o Instagram permite a veiculação de fotos, vídeos, reels (vídeos rápidos) e IGTVs (vídeos longos), ganhando o reconhecimento de maior rede social com foco visual. A opção de utilizar hashtags e o bate-papo completam a lista de funcionalidades do aplicativo, que também conversa com o Facebook.

Além disso, a versatilidade da rede social também permite que possamos alcançar os mais variados públicos, em especial o público jovem! Pensando nisso, a possibilidade de formatos do Instagram nos permite inovar a cada publicação! Portanto, essa é a rede social para soltar a imaginação, artes, vídeos animados, canções, e é claro, a participação dos jovens é uma ótima pedida. Essa é a plataforma em que os jovens podem se comunicar entre si, e assim espalhar a mensagem do escotismo à sua própria maneira.

### Youtube

Com mais de 1 bilhão de usuários, o YouTube segue como o canal mais popular de hospedagem e socialização de vídeos do mundo. Com características particulares, a rede social permite o compartilhamento de vídeos, comentários e curtidas nos conteúdos.

Nos últimos anos surgiram diversos canais escoteiros no YouTube. Cada um deles apresenta uma abordagem diferente a respeito do escotismo, trazendo conteúdos como curiosidades, ensinamentos, contextos e histórias.

Pensando nisso, podemos nos inspirar nesses canais para criar os conteúdos do canal da nossa UEL. A plataforma permite a divulgação de vídeos mais longos, o que traz abertura para diversos depoimentos, vídeos de atividades e uma oportunidade para dar voz aos jovens e voluntários da sua UEL.

### Twitter

O Brasil é o segundo país em número de usuários do Twitter, sendo um dos mais ativos também. A rede social é uma importante ferramenta para divulgação de informações, exigindo textos curtos e diretos e oferecendo a adição de links, fotos ou vídeos. Além disso, a plataforma é marcada como um local em que os usuários compartilham seus pensamentos e rotinas, interagindo com seus seguidores.

O Twitter é a rede social onde você pode acompanhar os assuntos mais comentados e as hashtags do momento para estar sempre atualizado. Por ser um ambiente com uma maior presença de jovens, a linguagem informal é sempre bem vinda, além de memes, fotos e vídeos engraçados, assim é possível se conectar mais facilmente com seu público!

### TikTok

Mesmo não sendo tão conhecido, o TikTok, fundado em 2016, ganhou popularidade nos últimos anos, principalmente entre jovens e adolescentes. A plataforma tem como objetivo o compartilhamento de vídeos rápidos dos mais diversos conteúdos, desde danças, entretenimento ou temas relacionados à educação. Além disso, os vídeos publicados no aplicativo podem ser compartilhados em outras redes sociais, proporcionando um grande alcance.

Repleto de desafios musicais, de danças, roupas e maquiagens, porque não adaptá-los para o escotismo? Apresentar uma abordagem escoteira dos famosos “challenges” é uma oportunidade de nos introduzir na cultura do público jovem que está presente no TikTok, e além de trazer visibilidade, demonstra como o escotismo pode estar presente em suas mais diversas formas.

## RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

### Tudo é notícia!

Tenha em mente que tudo é notícia e quanto mais interessante e relevante for a ação que você quer noticiar, maior a possibilidade de despertar o interesse espontâneo dos veículos de imprensa da sua cidade.

### Mailing

Mailing é como chamamos na comunicação a lista de contatos de imprensa dos jornalistas e veículos de seu interesse. Para fazer um mailing é muito simples, basta ligar para os jornais, TVs e rádios locais e regionais e pedir pelo contato dos jornalistas. Entre em contato com aqueles que escrevem sobre temas que têm maior relação com o escotismo como educação, esportes, meio ambiente, comunidade, entre outros. Apenas veículos maiores possuem essa divisão, em cidades menores você pode pedir pelo contato do editor geral ou dos repórteres em geral.

### Release

Você sabe o que é um release? Um release são pequenos textos que sintetizam aquilo que você deseja noticiar. Sempre que for escrever uma notícia sobre escotismo, lembre-se que o público alvo são os não escoteiros, portanto, use termos mais genéricos (evite termos muito escoteiros) e seja o mais informativo e esclarecedor possível. Ex.: “será uma atividade para lobinhos”, complete com algo como “que são os escoteiros (ou jovens) de 6,5 até 10 anos”. Não utilize abreviaturas, dê preferência para escrever o nome completo de tudo.

Sempre que enviar um e-mail com alguma notícia, envie também uma foto, em boas condições. Evite fotos posadas, os jornalistas preferem fotos de ação ou de situações mais naturais. Não esqueça de sugerir uma legenda da foto e creditar o nome de quem fotografou.

Ao enviar o e-mail, tenha certeza de que está enviando, junto da mensagem, seu nome, seu e-mail e seu telefone. Muitas vezes, o jornalista pode se interessar por apenas uma parte do texto que você enviou e isso já se torna uma pauta para ele e uma oportunidade para o Movimento Escoteiro.

### Escrevendo uma notícia

Ao escrever um release é importante responder seis perguntas básicas, chamadas de **lead**. Quanto mais resumido e prático de entender a notícia melhor, aumentando assim as chances da notícia gerar mais interesse de quem lê. O lead é composto das questões:

- O Que?
- Quem?
- Quando?
- Onde?
- Como?
- Por que?

Veja o exemplo:

- O Que: Acampamento Distrital
- Quem: 3º Distrito Escoteiro do RS
- Quando: Em abril, nos dias 6 e 7
- Onde: Lajeado, no Parque do Imigrante
- Como: por meio do Grupo Escoteiro Tibiquary
- Por que: Para conquistar a IMMA

O primeiro parágrafo não precisa necessariamente responder todas as perguntas, mas quanto mais as respostas básicas, melhor. Entenda melhor com o exemplo a seguir:

“Os escoteiros do 3º Distrito do Rio Grande do Sul (**quem**) se reuniram em Lajeado (**onde**), para iniciar a busca da Insígnia Mundial do Meio Ambiente (IMMA) (**por que**). Realizado no Parque do Imigrante, o acampamento (**o que**) contou com a participação de 140 jovens – entre lobinhos, escoteiros e seniores –, entre os dias 6 e 7 de abril (**quando**).”

Nota-se que o primeiro parágrafo não respondeu todas as perguntas, mas tornou-se mais atraente tanto para o leitor que é do movimento, como para quem não é. Depois você pode incluir demais informações básicas:

“A atividade foi organizada pelos escotistas (ou adultos voluntários) do Grupo Escoteiro (nunca abrevie) Tibiquary (numeral é desnecessário), de Lajeado. Foram realizados diversos encontros entre janeiro e dezembro para desenvolver um evento que auxiliasse na preservação do meio ambiente.

### Próximos passos

Sabendo como escrever um release básico, sempre buscando responder às perguntas do lead, e tendo um mailing, ou seja a lista de e-mail de imprensa, sempre atualizada, você está pronto para divulgar as notícias da sua Unidade Escoteira Local.

Estas notícias podem ser projetos dos jovens, eventos, campanhas sociais, informações de utilidade pública como o retorno das atividades, curiosidades sobre o Movimento Escoteiro ou sua UEL, entre outros. As pautas podem ser as mais variadas. Reúna sua equipe de comunicação e pense fora da caixa!



## DICAS GERAIS

Confira algumas dicas gerais para melhorar a comunicação da sua UEL:

### Uso de terminologias

Evite utilizar em demasia termos escoteiros em suas publicações. Se sua publicação for destinada exclusivamente ou também ao público externo, a terminologia deve ser evitada e/ou explicada. Ex.: no lugar de tropa ou patrulha, opte por grupo ou equipe.

### Links

Antes de publicar algum link – interno ou externo – teste-o, confirmando seu bom funcionamento. Lembre-se de utilizar um encurtador de links, facilitando a leitura em sua publicação. O [bitly.com/](https://bitly.com/) é um site gratuito que pode ser utilizado com este objetivo.

### Representação

Conforme o tipo de publicação pode-se utilizar a 3ª pessoa no singular ou plural, privilegiando sempre o discurso direto. Sempre trabalhe como “nós”, nunca como “eu”. Ao administrar uma página de Unidade Escoteira Local ou Região Escoteira, você está representando uma parte da instituição.

### Quantidade de publicações

As publicações devem ser distribuídas ao longo do dia, variando conforme a importância do evento/ação. Procure estabelecer uma periodicidade, observando as características de cada rede social – um cronograma pode ser bastante útil.

### Manter a calma

Quando surgirem comentários ou respostas desagradáveis nas redes sociais, o administrador deve ser conciliador e respeitador, não respondendo “zangado”. É melhor esperar um pouco e responder quando já estiver mais calmo. Lembre-se: as pessoas têm o direito de expressar sua opinião, sendo positiva ou não. Conforme cada rede há opções para ocultar ou excluir comentários, como também banir usuários, utilize essas opções caso torne-se necessário.

### Ortografia e pontuação

Antes de publicar qualquer artigo, link ou frase deve-se verificar a ortografia e respectiva pontuação. Não abrevie palavras, não utilize textos em caixa alta e evite linguagem própria da internet, como risadas e gírias muito específicas.

### Mensagens e publicações na linha do tempo

Enviadas de forma privada, as mensagens sempre devem ser respondidas. Auxilie com o máximo de informações que puder, compreendendo que esse canal serve justamente para tornar o contato rápido e mais próximo. Publicações na linha do tempo devem ser acompanhadas – as pessoas podem postar diversos conteúdos -, não permita ofensas e palavras impróprias, e sempre responda a dúvidas e perguntas.

### Siglas

Evite o uso de siglas, pois muitas delas fazem sentido somente para o público interno, escoteiro e já conhecedor da maioria delas. Quando for citar a instituição, busque sempre utilizar os Escoteiros do Brasil e não UEB, para que sempre haja a compreensão de quem você está falando.

### Aplicativos

Sabemos que nem toda Unidade Escoteira Local tem pessoas que sabem editar fotos ou diagramar materiais em sistemas mais robustos, porém, com o avanço da tecnologia, os celulares podem se tornar excelentes ferramentas de comunicação. Para ajudar a sua equipe de comunicação local, separamos alguns aplicativos que podem ajudar bastante no trabalho diário.

- **Canva** - Aplicativo que auxilia na criação de layouts de forma profissional, porém com ferramentas fáceis de usar. Existem diversos modelos de layout gratuitos para praticamente tudo que você quiser. Disponível para celular e computador, é possível acessar de qualquer lugar.

- **PicsArt** - Aplicativo para editar fotos. Tem filtros padrões, opções de colagem e montagem

- **Mojo** - Aplicativo para fazer montagem e animar, ideal para dar uma diferenciada nos stories do Instagram e chamar a atenção dos jovens.

### Dicas de leitura

Se você está interessado em saber mais do mundo da comunicação, que tal conhecer algumas de nossas literaturas?

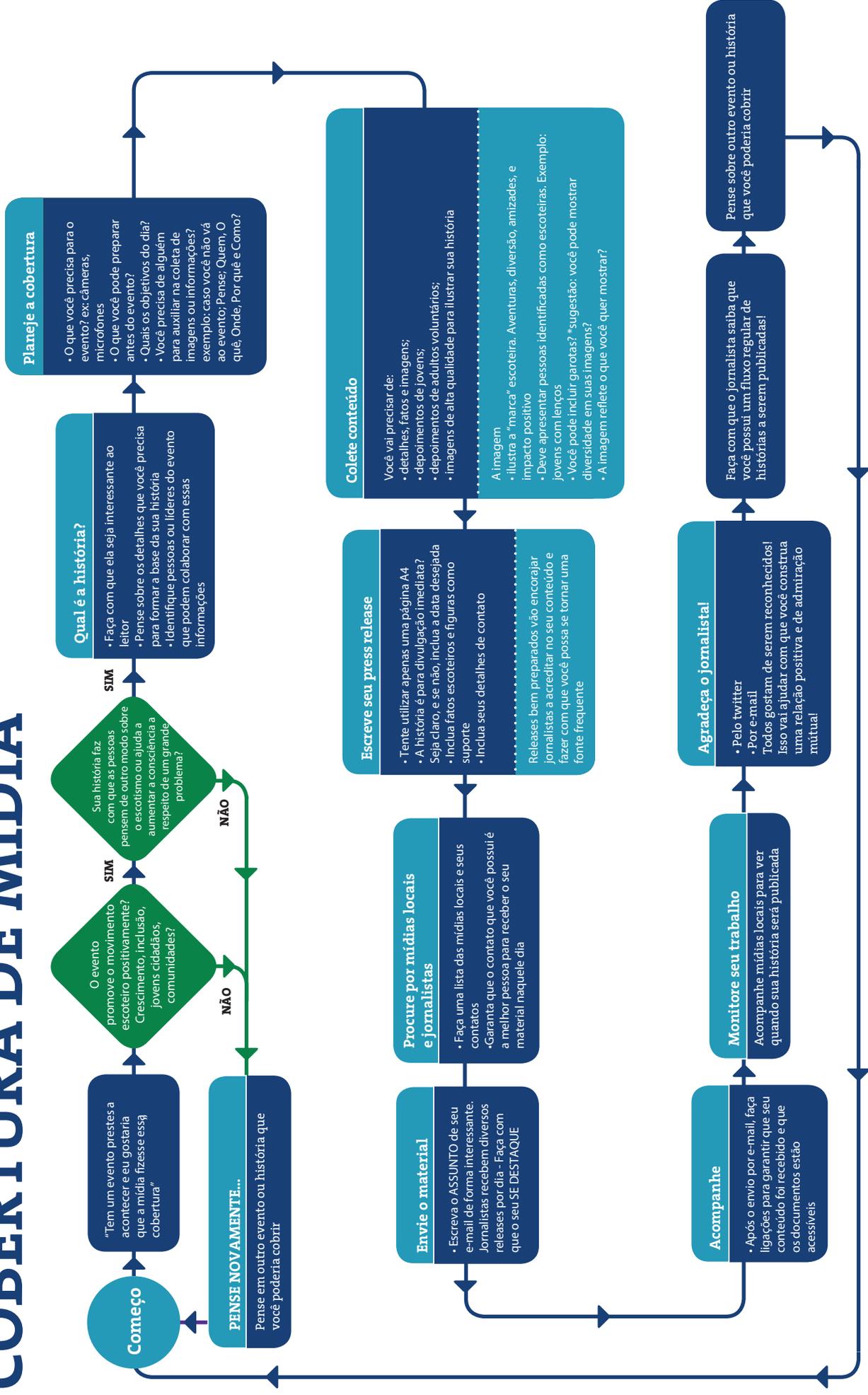
- Manual de Identidade Visual
- Representando o Movimento Escoteiro
- Manual de redes sociais

### Lembrando!

No site dos Escoteiros do Brasil, em Downloads, é possível acessar as marcas nacionais, marca do seu estado, marcas dos ramos e mais, tudo em alta qualidade ou vetor!

Sempre que enviar um e-mail com alguma notícia, envie também uma foto, em boas condições. Evite fotos posadas, os jornalistas preferem fotos de ação ou de situações mais naturais. Não esqueça de sugerir uma legenda da foto e creditar o nome de quem fotografou.

# Como gerar uma COBERTURA DE MÍDIA



# Como gerar uma COBERTURA DE RÁDIO

