

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC MONTE MOR
CURSO TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LORENA DE LIMA COELHO
OTAVIO NUNES FILHO
RAIANE DE JESUS SOUZA
SHIRLEN KAWANY GOMES DE PAULA**

**REDES SOCIAIS NA EDUCAÇÃO: Estudo para Padronização e
Engajamento no Instagram da ETEC de Monte Mor**

Monte Mor

2024

LORENA DE LIMA COELHO
OTAVIO NUNES FILHO
RAIANE DE JESUS SOUZA
SHIRLEN KAWANY GOMES DE PAULA

**REDES SOCIAIS NA EDUCAÇÃO: Estudo para Padronização e
Engajamento no Instagram da ETEC de Monte Mor**

Trabalho de conclusão de curso
Apresentado ao Curso Técnico em
Administração da Etec de Monte Mor,
orientado pela Prof.^a. Emanuelle dos
Santos Silva, como requisito parcial
para obtenção de título técnico em
administração.

Monte Mor

2024

LORENA DE LIMA COELHO
OTAVIO NUNES FILHO
RAIANE DE JESUS SOUZA
SHIRLEN KAWANY GOMES DE PAULA

**REDES SOCIAIS NA EDUCAÇÃO: Estudo para Padronização e
Engajamento no Instagram da ETEC de Monte Mor.**

Trabalho de conclusão de curso
Apresentado ao Curso Técnico em
Administração da Etec de Monte Mor,
orientado pela Prof.^a. Emanuelle dos
Santos Silva, como requisito parcial
para obtenção de título técnico em
administração.

Monte Mor, ____ de _____ de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. (Nome do orientador)
Afiliações

Prof. (Nome do professor avaliador)
Afiliações

Prof. (Nome do professor avaliador)
Afiliações

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), propõem diretrizes para otimizar o uso das redes sociais na educação e destaca a importância de uma comunicação clara e estratégica para fortalecer a relação entre a escola e seus stakeholders. O objetivo é oferecer manual de boas práticas para melhorar a presença digital da ETEC de Monte Mor e maximizar a efetividade da comunicação escolar por meio das suas redes sociais e destacando os desafios associados à gestão das informações.

A análise revela que a instituição enfrenta problemas com a fragmentação das páginas e a falta de atualização das mesmas, o que resulta em um congestionamento informativo e baixa adesão por parte dos seguidores. O estudo busca identificar como a unificação e padronização das páginas podem melhorar a comunicação entre os usuários.

Palavras-chaves: comunicação; redes sociais; marketing; unificação; manual de boas práticas.

ABSTRACT

This Final Graduation Project (TCC) proposes guidelines to optimize the use of social media in education and emphasizes the importance of clear and strategic communication to strengthen the relationship between the school and its stakeholders. The objective is to offer a best practices manual to enhance the digital presence of ETEC de Monte Mor and maximize the effectiveness of school communication through its social media, while addressing the challenges associated with information management. The analysis reveals that the institution faces issues with fragmented pages and a lack of updates, resulting in information overload and low engagement from followers. This study seeks to identify how the unification and standardization of pages can improve communication among users.

Keywords: communication; social media; marketing; unification; best practices manual.

SUMÁRIO

1. COMUNICAÇÃO	13
1.1 Meios de comunicação.....	13
1.1.2 Comunicação audiovisual.....	14
1.1.3 Comunicação visual	14
1.1.4 Comunicação digital	14
2. COMUNICAÇÃO DIGITAL NO AMBIENTE ESCOLAR: Ferramenta essencial para a interação e colaboração.	15
2.1 O uso de tecnologias no ambiente escolar: potencializando a comunicação e a colaboração.	15
3. REDES SOCIAIS.....	17
3.1 Quais são as redes sociais presentes no Brasil, quais são as mais usadas.....	17
3.2 Instagram	18
3.3 O potencial das redes sociais na educação: promovendo engajamento e inovação na comunidade escolar.	19
4. ETEC MONTE MOR NO INSTAGRAM: desafios e oportunidades na comunicação digital....	20
5. MELHORIAS DA COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS: Fortalecendo o Fluxo de Informações entre Alunos, Professores e a Comunidade.....	22
5.1 Manual de conduta nas redes sociais: diretrizes para um uso consciente e responsável... ..	22

INTRODUÇÃO

A rápida evolução tecnológica e a crescente penetração das redes sociais no cotidiano têm transformado profundamente diversos aspectos da vida moderna, incluindo a forma como informações são consumidas e disseminadas. No contexto educacional, essas plataformas digitais desempenham um papel crucial na comunicação entre instituições de ensino e seus diversos públicos, como alunos, pais, professores e a comunidade em geral.

A presente pesquisa indica-se que uma comunicação eficiente nas redes sociais pode melhorar o acesso à informação, promover maior colaboração e engajamento, além de um diálogo sobre como as tecnologias digitais podem ser relevantes no processo de ensino e aprendizagem.

A importância deste estudo reside na possibilidade de transformar a comunicação escolar, aproveitando as potencialidades das redes sociais para criar um ambiente educacional mais integrado e engajado. Com a unificação e a implementação de estratégias adequadas, a ETEC de Monte Mor pode não apenas melhorar sua presença digital, mas também fortalecer a sua relação com a comunidade, facilitando o acesso a informações relevantes e promovendo um ambiente educacional mais colaborativo e atualizado.

1. COMUNICAÇÃO

O processo de comunicação é uma jornada dinâmica e multifacetada que envolve o intercâmbio de informações e indivíduos, em especial a eficácia deste processo depende de como a mensagem é formulada e transmitida, recebida e compreendida com o objetivo de alcançar um diálogo claro e eficiente. Uma comunicação eficaz assegura que todos envolvidos compreendam claramente os objetivos e a importância das ações a serem tomadas. Ao manter uma comunicação aberta e contínua é possível estimular a participação e o envolvimento das pessoas. Além disso é possível compartilhar boas práticas e garantir que todos saibam como contribuir maneira eficaz.

Entretanto é importante destacar a comunicação através do meio digital facilitando a troca de informações e permitindo que todos ofereçam feedbacks e sugestões, que promovam agilidade e transparência tornando-se um elo essencial que conectam pessoas, objetivos e ações. Em resumo, a comunicação é crucial para o sucesso e a sustentabilidade dos objetivos e propósitos.

1.1 Meios de comunicação

Cada meio de comunicação desempenha um papel essencial na sociedade, moldando a maneira como as pessoas recebem informações, interagem e tomam decisões. Embora cada um tenha um impacto único, todos juntos ajudam a criar uma sociedade bem-informada e conectada. Eles oferecem conhecimento, atualizam o público sobre eventos atuais, descobertas científicas e questões sociais, e garantem a transparência das ações governamentais e corporativas, promovendo a responsabilidade. Além disso, facilitam a interação social e a participação cidadã. Entretanto, é importante destacar os principais meios de comunicação e seus alcances.

1.1.1 Imprensa escrita

A imprensa escrita proporciona informações detalhadas e contextuais sobre eventos atuais, políticas e questões locais, desempenhando um papel crucial na

conscientização pública e no fomento ao debate informado. Além disso, oferece análises aprofundadas e especializadas sobre uma variedade de temas, funcionando como uma fonte essencial para compreender tendências, cultura e tópicos específicos. A escrita e a impressão foram fundamentais na preservação e disseminação do conhecimento, impulsionando a educação e promovendo o desenvolvimento cultural e científico ao possibilitar um acesso mais amplo e eficiente às informações.

1.1.2 Comunicação audiovisual

A comunicação audiovisual envolve o uso de mídias que combinam elementos visuais e sonoros para transmitir informações e contar histórias. Essa forma de comunicação oferece acesso rápido e constante a notícias e dados, mesmo em áreas com acesso limitado à internet. Na sociedade moderna, a comunicação audiovisual é essencial, proporcionando experiências imersivas e variadas, como é o caso do rádio e da televisão, sendo uma forma de comunicação compreensível e poderosa.

1.1.3 Comunicação visual

A comunicação visual desempenha um papel vital em diversos aspectos da vida moderna, sendo considerado um dos principais a publicidade. Ao utilizar imagens, gráficos, cores e layout de forma estratégica, visa facilitar a compreensão, e engajamento e criando experiências mais eficazes e impactantes. Esta abordagem não só facilita a transmissão de informações, mas também contribui para uma comunicação mais inclusiva e acessível.

1.1.4 Comunicação digital

A comunicação digital permite a troca instantânea de informações através de plataformas eletrônicas, como redes sociais e e-mails, enriquecendo as interações e ampliando o alcance global. No entanto, apresenta desafios, como a desinformação e problemas de privacidade e segurança de dados.

2. COMUNICAÇÃO DIGITAL NO AMBIENTE ESCOLAR: Ferramenta essencial para a interação e colaboração.

A comunicação digital tem se tornado cada vez mais popular e pode ser utilizada com diferentes públicos dentro de qualquer organização, desempenhando um papel crucial na troca de informações. Ela abrange uma ampla gama de atividades, desde mensagens instantâneas até a criação de conteúdo nas redes sociais.

A rápida evolução da tecnologia digital e as variações na sua adoção exigem que organizações adotem novas abordagens e conhecimentos, proporcionando uma comunicação afim de ajudar a resolver problemas e promover um ambiente de aprendizado positivo, assegurando que todos os envolvidos estejam alinhados com os objetivos e expectativas da comunidade.

Sendo assim no ambiente escolar a comunicação digital é um fator fundamental para o bom funcionamento das instituições de ensino. No qual envolve a troca de informações entre diversos colaboradores dentro desse ambiente, como professores, alunos, pais e a administração da escola.

2.1 O uso de tecnologias no ambiente escolar: potencializando a comunicação e a colaboração.

O uso de tecnologias digitais, como plataformas de ensino online, aplicativos de gestão escolar e redes sociais, contribui significativamente para a construção de uma comunidade escolar mais conectada e colaborativa. Essas ferramentas não apenas facilitam a comunicação sobre eventos escolares, atividades extracurriculares e desempenho acadêmico, mas também ajudam a criar um ambiente educacional mais transparente e responsivo. No contexto atual, a comunicação digital tem se tornado cada vez mais essencial, desempenhando um papel crucial na melhoria da interação entre a escola, os alunos e suas famílias.

Essa forma de comunicação permite a troca de informações em tempo real, possibilitando que pais e responsáveis acompanhem o progresso acadêmico de seus filhos de maneira mais eficaz e se envolvam ativamente no processo educativo.

Além disso, promove um maior engajamento dos alunos, oferecendo-lhes acesso a ferramentas e plataformas que tornam o aprendizado mais dinâmico e acessível. Recursos como fóruns de discussão, vídeos explicativos e quizzes interativos, estimulam a participação dos estudantes e facilitam a colaboração entre eles. Essa interatividade não apenas enriquece a experiência educacional, mas também ajuda a desenvolver habilidades essenciais para o século XXI, como o trabalho em equipe e o pensamento crítico.

Ao integrar a comunicação digital na educação, as instituições conseguem criar um ambiente que valoriza a participação de todos os envolvidos, tornando o processo de ensino-aprendizagem mais inclusivo e eficaz.

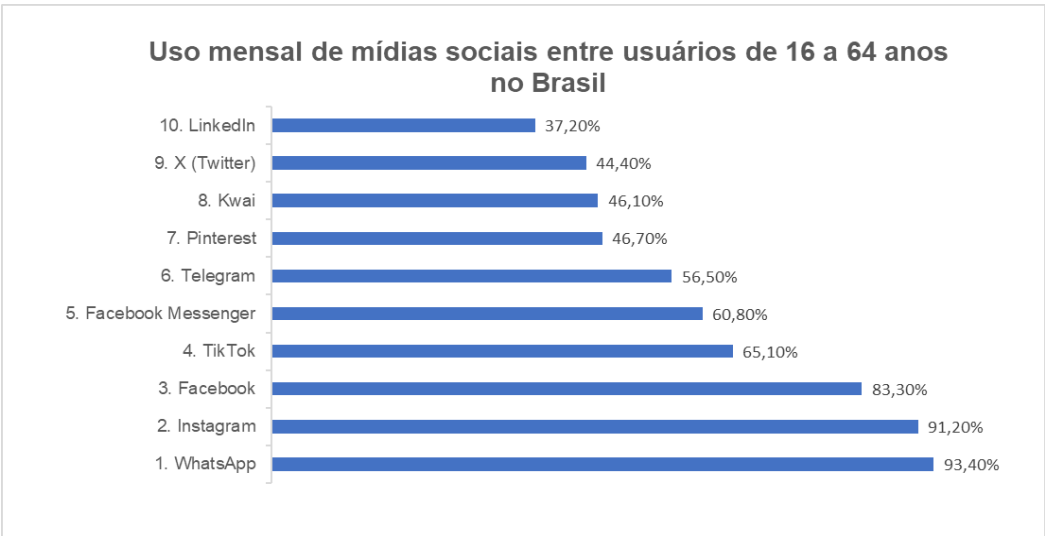
3. REDES SOCIAIS

A palavra “rede” deriva do latim “rete”, que significa tecido ou malha, referindo-se originalmente a estruturas feitas de fios ou cordas usadas para capturar objetos. Hoje, é aplicada em diversos contextos, como redes de pesca e comunicação. Com a popularização da internet, “rede social” passou a descrever plataformas online que promovem a interação social, como Facebook, Twitter e LinkedIn.

A primeira rede social online, Six Degrees, foi lançada em 1997 e operou até 2001, pavimentando o caminho para muitas outras plataformas, de uso pessoal ou profissional, como LinkedIn (2002), Facebook (2004) e Twitter (2006).

3.1 Quais são as redes sociais presentes no Brasil, quais são as mais usadas.

O Relatório Global de Visão Geral Digital 2024, da Meltwater e We Are Social, revela que há 5 bilhões de usuários de mídias sociais, representando mais de 62% da população mundial. Essas plataformas são utilizadas para comunicação, entretenimento e negócios. Além disso, o Data Report 2024 Brasil analisou o uso mensal de mídias sociais entre usuários de 16 a 64 anos no Brasil, sendo representados no gráfico a seguir.



Fonte: Digital 2024:Global Overview Report.< Acesso em 23 de outubro de 2024>

3.2 Instagram

Atualmente, o Instagram se destaca como uma das plataformas mais populares nas redes sociais, proporcionando aos usuários uma ampla audiência para alcançar e engajar. Com seu foco em imagens e vídeos, a plataforma permite a criação de conteúdos visuais atraentes, capturando a atenção dos seguidores de maneira mais eficaz do que textos convencionais.

A interação direta com os seguidores, por meio de comentários, mensagens diretas e stories, contribui para a construção de relacionamentos mais próximos e autênticos com o público. Além disso, o Instagram se configura como um espaço onde influenciadores exercem um impacto significativo sobre seus seguidores, tornando as colaborações uma estratégia valiosa. Essas parcerias não apenas ampliam o engajamento, mas também conferem um senso de credibilidade e confiança, uma vez que os seguidores tendem a valorizar as recomendações de influenciadores que acompanham.

A plataforma oferece diversas ferramentas para negócios, como perfis comerciais, que possibilitam o monitoramento do desempenho e a adaptação das estratégias conforme necessário. Recursos como o Instagram Insights fornecem dados sobre o comportamento do público, permitindo ajustes em tempo real nas campanhas. Ferramentas de anúncios segmentados ajudam as marcas a atingir audiências específicas, aumentando a eficiência dos investimentos em marketing.

Além disso, o formato “Reels”, inspirado no TikTok, tem ganhado popularidade, permitindo que os usuários criem conteúdos curtos e envolventes, potencializando ainda mais o engajamento. Os “IGTVs” e as transmissões ao vivo são outras opções que as marcas podem explorar para fornecer conteúdo mais aprofundado e interativo.

Esses recursos contribuem para aumentar a visibilidade e a credibilidade dos usuários, tornando o Instagram uma ferramenta indispensável para estratégias de marketing digital em um mundo cada vez mais visual e conectado. A constante evolução da plataforma também oferece novas oportunidades para inovar e capturar a atenção do público em um cenário competitivo.

3.3 O potencial das redes sociais na educação: promovendo engajamento e inovação na comunidade escolar.

Segundo o autor Lorenzo (2013,p. 21) as redes sociais no âmbito escolar podem facilitar a troca de informações e ideias que envolvam temáticas estudadas em sala de aula, o estudo em grupo, a divulgação de diferentes conteúdos, além de possibilitar o compartilhamento de vídeos, de documentos, de textos, de websites e de projetos.

Os espaços escolares não devem ser apenas democráticos, mas também receptivos às inovações trazidas pelas tecnologias. O processo de aprendizagem precisa ser assertivo, dinâmico, colaborativo e significativo. Ao proporcionar uma experiência de comunicação moderna e eficiente, a escola reforça seu compromisso com a inovação e a qualidade educacional, o que pode ser um diferencial importante. Como destaca Moran (2012, p. 11), “a sociedade está caminhando para ser uma sociedade que aprende de novas maneiras, por novos caminhos, com novos participantes, de forma contínua”. No entanto, é importante usar as redes sociais de forma consciente e crítica, pois o uso excessivo pode atrapalhar o desenvolvimento dos alunos.

4. ETEC MONTE MOR NO INSTAGRAM: desafios e oportunidades na comunicação digital.

O perfil da ETEC de Monte Mor no Instagram foi criado em 2014, com o objetivo de compartilhar informações e promover a instituição no município. Atualmente com 3.482 seguidores a página é acompanhada por estudantes, professores e membros da comunidade interessados em educação técnica. O perfil segue 1.214 contas, mas possui um número de seguidores relativamente baixo. Isso indica que, atualmente, o perfil pode não estar oferecendo conteúdos relevantes, o que pode estar dificultando a atração da audiência desejada. Além disso, a ausência de estratégias de promoção do perfil pode limitar o alcance e a captação de novos seguidores. A abordagem que deve ser utilizada nesse caso deve ser institucional e profissional, condizente com a natureza de uma escola técnica pública. Manter a consistência na identidade visual reforça o caráter formal e educativo da instituição.

Essa estratégia não apenas destaca o foco em conteúdos técnicos, mas também ressalta a promoção de atividades culturais e interativas.

Para esse estudo foi realizado um levantamento das páginas da rede social (Instagram), no qual estão associadas indiretamente ao perfil oficial da **Etec de Monte Mor**, essas páginas compartilham conteúdos relacionados à instituição e atividades realizadas no local, mas têm demonstrado pouca eficácia no engajamento. Muitas dessas páginas estão inativas, o que pode criar a percepção de que a instituição não está atualizada ou não valoriza sua presença digital. Além disso, a existência de páginas inativas pode dificultar uma comunicação eficaz, pois informações importantes podem não alcançar o público-alvo.

Páginas desatualizadas, sem posts recentes ou interações, não contribuem para o engajamento, perdendo a oportunidade de manter o interesse do público. Outro problema é que muitas dessas páginas compartilham o mesmo conteúdo, o que pode levar à saturação e ao desinteresse por parte do público, repetição constante pode resultar em uma distribuição ineficaz, onde o conteúdo não alcança novos públicos e não maximiza o engajamento.

Páginas indiretamente vinculadas ao perfil da Etec Monte Mor

Perfil/ página	Conteúdo da página	Última atualização
@3nlog_etecmm	Página inativada, que foi criada por antigos alunos da Etec de Monte Mor, com o objetivo de divulgar somente informações da sua sala	04/06/2022
@atecplan	Página direcionada a uma estufa automatizada voltada para fins pedagógicos desenvolvidos por antigos alunos	08/09/2022
@2023_3adm	Página inativada, que foi criada por antigos alunos da Etec de Monte Mor, com o objetivo de divulgar somente informações da sua sala	07/10/2023
@suporte_cadca	Página de projeto e trabalho de conclusão de curso	09/11/2023
@colabmontemor	Página é direcionada a um laboratório de aprendizagem da etec (colab)	06/12/2023
@projeto.macaúba	Página de projeto iniciado na etec, ganhador de concurso	12/06/2023
@liga.da.surdez	Página com foco em trabalho de conclusão de curso de antigos alunos	13/12/2023
@1ndsetec	Página inativada, que foi criada por antigos alunos da Etec de Monte Mor, com o objetivo de divulgar somente informações da sua sala	18/12/2023
@biblio.etec198	Página que divulga informações sobre a biblioteca da instituição	12/04/2024
@etecast.mm	Página tem como foco o podcast da instituição de ensino	31/05/2024
@ecomед_etec	Página criada com o intuito de divulgar um projeto escolar de descarte de medicamentos	14/06/2024
@2nlog_etec	Página criada por alunos da Etec de Monte Mor, com foco somente na sua sala de aula	17/06/2024
@h.e.l.p_mm	Página criada pelo atual grêmio estudantil da escola	28/06/2024

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

5. MELHORIAS DA COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS: Fortalecendo o Fluxo de Informações entre Alunos, Professores e a Comunidade.

Com base nos estudos e na pesquisa conduzida na instituição acreditamos que possível aprimorar comunicação nas redes sociais entre alunos, professores e a comunidade, e com isso é importante implementar estratégias que promovam uma interação mais eficaz e um fluxo de informações contínuo. Abaixo listamos alguns pontos que jugamos necessário para o fortalecimento desse canal:

- Definir Objetivos Claros
- Segmentação de Conteúdo
- Criação de Calendário de Publicações
- Diversificar Plataformas de Comunicação
- Fomentar a Participação Ativa
- Utilização de Conteúdo Audiovisual
- Transparência e Feedback
- Capacitação para o Uso das Redes Sociais
- Monitoramento e Ajustes

Implementando essas práticas acreditamos que a comunicação entre alunos, professores e a comunidade poderá ser mais eficaz, aumentando o engajamento e criando um ambiente mais colaborativo dentro e fora da escola.

5.1 Manual de conduta nas redes sociais: diretrizes para um uso consciente e responsável.

Este Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais visa fornecer diretrizes claras para o uso responsável e ético das plataformas digitais no contexto escolar. Num mundo cada vez mais conectado, é essencial que alunos, professores e colaboradores compreendam a importância de interações respeitadas e construtivas.

O manual orienta os gestores da ETEC de Monte Mor na atualização das redes sociais da instituição. Seu principal objetivo é incentivar o uso consciente e adequado

de informações e posturas no ambiente digital, ressaltando como essas ações refletem na gestão escolar.

Cada postagem, comentário, “gosto” e partilha impacta a imagem institucional da ETEC, exigindo cuidado para destacar aspectos positivos e evitar exposições indevidas. É importante compreender que a ETEC de Monte Mor faz parte de uma estrutura maior, com diretrizes estratégicas, missão e valores definidos, fundamentais para fortalecer a imagem da educação pública na nossa comunidade.

Ao seguir estas orientações, buscamos fomentar um ambiente educativo positivo, onde a comunicação digital aproxime as pessoas e contribua para o crescimento coletivo. Este manual será um recurso valioso para todos os membros da nossa comunidade escolar.

O Instagram, por sua vez, é uma rede social focada em imagens, onde os utilizadores podem criar perfis, tirar fotografias ou gravar vídeos e publicá-los. A plataforma permite ainda o compartilhamento desse conteúdo em outras redes sociais, como Facebook, Twitter e Tumblr, entre outras.

Tamanho de postagem no Instagram

Saber o tamanho ideal de imagens para o Instagram é muito importante, porque o Instagram pode diminuir a resolução da imagem se esta não estiver no tamanho ideal. As imagens usadas nas publicações independente do seu formato devem ser nítidas, aparecer completa e ser legível mesmo na miniatura. Para garantir que suas postagens no Instagram fiquem com a melhor qualidade e sem cortes indesejados, siga as dimensões recomendadas para cada tipo de publicação:

Post Vertical (Retrato)**: Use **1080 x 1350 pixels** (proporção 4:5). Esse formato preenche mais espaço na tela do celular, o que destaca a imagem.

Post Horizontal (Paisagem)**: Use **1080 x 566 pixels** (proporção 1.91:1). Perfeito para fotos mais amplas, capturando mais do cenário ao redor.

Stories e Reels**: Use **1080 x 1920 pixels** (proporção 9:16). Esse formato vertical ocupa toda a tela do smartphone e é ideal para vídeos e fotos que querem total imersão.

Usando essas dimensões, suas postagens ficarão otimizadas, sem cortes indesejados, proporcionando uma experiência visual atraente para o público. Veja o exemplo abaixo para conferir como o recorte circular afeta a imagem.

Edição dos conteúdos

Manter a identidade visual consistente, com as características do logotipo da instituição, é essencial para fortalecer e consolidar a marca. A paleta de cores deve ser definida de acordo com as cores do logotipo, criando um perfil visualmente agradável e alinhado com a personalidade da escola. Além disso, a escolha e aplicação das fontes devem seguir um padrão, embora seja possível fazer exceções para edições especiais ou campanhas específicas.

Outro ponto essencial na comunicação, especialmente em uma instituição educacional, é garantir consistência e clareza na mensagem. Sempre que houver conteúdo audiovisual, é fundamental definir o **tom de voz** (como amigável, profissional ou inspirador). A linguagem escrita deve ser clara e objetiva. Além disso, é recomendável criar modelos de legendas para diferentes tipos de postagens (como promoções, conteúdos educativos e de engajamento), assegurando uma comunicação padronizada. Lembre-se também de adicionar **hashtags** relevantes, pois elas ajudam a ampliar o alcance e aumentar o engajamento das publicações.

Produção de conteúdos

A produção de conteúdo regular e diversificado nas redes sociais é uma excelente estratégia para fortalecer a presença digital da escola e engajar tanto alunos quanto a comunidade em geral. A proposta de explorar recursos visuais e multimídia, como vídeos, podcasts e blogs, é impactante, pois não apenas atrai a atenção, mas também oferece formas mais dinâmicas e acessíveis de compartilhar o cotidiano e as atividades escolares.

Utilize imagens atrativas para capturar a atenção dos usuários e inclua links para fornecer informações adicionais, enriquecendo o conteúdo. É fundamental garantir a qualidade das mídias publicadas, evitando imagens e vídeos de baixa resolução. Quanto aos links compartilhados no perfil, verifique sempre sua validade para evitar o direcionamento a sites falsos ou inseguros.

Ao usar imagens de pesquisa, escolha fontes confiáveis e verifique as licenças associadas, como "Todos os Direitos Reservados", "Creative Commons" ou domínio público. Utilize imagens com contrato específico ou autorização para o uso. Sempre que possível, dê o devido crédito ao autor ou fonte, seja na imagem ou na legenda (ex.: Foto: Luiz Carlos/Portal Terra). Lembre-se de obter autorização para o uso de imagens de crianças e adolescentes, conforme o modelo apropriado.

Sugestões

- Feiras de Profissões: Organizar ou participar de eventos que conectem alunos com o mercado de trabalho e apresentem as oportunidades oferecidas pelos cursos.
- Colaborações Locais: Trabalhar com empresas locais, escolas e organizações comunitárias para criar programas de interesse mútuo, como workshops ou cursos de formação. Resultados de Egressos: Destacar a empregabilidade dos formados e as parcerias com empresas que buscam novos talentos.
- Participação em Eventos da Comunidade: Estar presente em eventos locais para promover a instituição e seus cursos.

Interações

As redes sociais devem funcionar como uma vitrine para divulgar as atividades da instituição. Seu objetivo principal é estabelecer um relacionamento e interagir com os usuários. Por isso, é essencial responder dúvidas e comentários de forma cordial e eficiente. Agradeça os elogios e forneça links úteis (como artigos, vídeos ou matérias) para esclarecer as questões.

Sempre marque a pessoa com @ para garantir que ela receba a notificação da resposta, mas é importante estar atento aos perfis e tomar cuidado com perfis inadequados. Para questões específicas, convide os usuários para conversas privadas, evitando expor informações pessoais em público. Em relação a comentários negativos sobre a gestão, a resposta deve refletir a posição da instituição e apresentar um plano de ação para melhorias, sempre com transparência e educação, mesmo diante de ofensas ou informações falsas. Comentários com linguagem ofensiva, incitação ao ódio, calúnias ou discriminação devem ser removidos.

Sugestões

- **Realize Pesquisas de Satisfação:** Realizar pesquisas com alunos e professores visando o que pode ser melhorado e quais são suas necessidades.

Guia Prático de Organização para Postagens

1º Defina pelo menos duas pessoas responsáveis pelas redes sociais da instituição, que serão encarregadas de gerenciar as atividades do perfil e das publicações a serem feitas.

2º Utilizando o calendário semanal como uma ferramenta para organizar a distribuição do conteúdo e gerenciar os responsáveis pelas postagens (ANEXO 1).

3º Com o auxílio da checklist, realize uma breve validação do conteúdo a ser postado, garantindo que ele mantenha o padrão proposto para o perfil da instituição e siga as diretrizes aplicadas.

4º Os responsáveis pela produção de conteúdo devem disponibilizar o material para validação com antecedência, conforme o prazo estipulado pelo gestor da área.

5º Todos os envolvidos, direta ou indiretamente, no perfil da ETEC devem estar cientes da missão, visão, valores e pilares estratégicos da instituição, garantindo que todo o conteúdo postado esteja alinhado aos valores da escola.

6° É fundamental que as publicações contenham apenas conteúdos relevantes e relacionados à Etec de Monte Mor, assim como a questões de interesse público, como programas do governo, projetos estaduais e iniciativas nacionais.

7° Aos perfis vinculados indiretamente a instituição dever criar um fórum para realizar uma auditoria nas páginas para verificar o histórico de publicações, interações e tipos de conteúdo compartilhado.

Organização de Ideias e Projetos.

Com o conhecimento adquirido, é hora de organizar as ideias e projetos existentes na escola. Para isso, recomenda-se:

- **Calendário de Postagens (ANEXO 1):** Definir uma frequência ideal de postagens, como três vezes por semana, ajuda a manter o perfil ativo e o público engajado. Esse cronograma cria uma rotina de interação com a audiência, fundamental para aumentar o alcance e a relevância das publicações.
- **Termo de Validação do direito de Imagem (ANEXO 2):** Esse processo auxilia para obter autorização para usar a imagem de alguém, respeitando os direitos de privacidade e evitando problemas legais.
- **Checklist (ANEXO 3):** Auxilia na validação dos conteúdos serão postados, garantindo que cada publicação siga o padrão desejado e alcance o objetivo de comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o uso estratégico das redes sociais é fundamental para promover uma comunicação eficiente e dinâmica entre a instituição de ensino e a comunidade escolar. Quando bem implementadas, essas plataformas facilitam a interação entre alunos, pais, professores e demais membros, ampliando o alcance da informação, conhecimento e promovendo um ambiente de colaboração e troca de ideias. O estudo demonstrou que, ao explorar as redes sociais de maneira planejada e consistente, a instituição de ensino pode fortalecer sua presença digital, consolidar sua identidade e melhorar o relacionamento com a comunidade.

A padronização nas redes sociais é uma ferramenta estratégica que vai além da estética; é fundamental para fortalecer a identidade e a reputação da marca/instituição. A proposta de um manual de orientações traz clareza e uniformidade para a presença digital da instituição, o que cria uma imagem mais sólida e confiável aos olhos do público. Quando todos seguem o mesmo padrão, é possível garantir que cada publicação reflita os valores, o tom de voz e a proposta da marca, reforçando a confiança e a credibilidade. Essa padronização facilita o trabalho em equipe, promovendo a colaboração e o alinhamento entre as áreas envolvidas, o que resulta em uma comunicação mais fluida e profissional.

Ao estabelecer um calendário de postagens, a equipe se organiza melhor e evita períodos de inatividade ou excesso de publicações, mantendo a audiência engajada de forma equilibrada. A validação de direitos de imagem é igualmente importante para preservar a marca de possíveis problemas legais e assegurar o respeito às normas de uso de conteúdo.

Em conjunto, o checklist de conteúdo assegura que cada postagem atenda aos critérios de qualidade e coerência, alinhando a comunicação com o propósito e os valores da instituição. Dessa forma, a padronização e as boas práticas promovem uma comunicação eficiente e uma imagem coesa e positiva para a marca.

Por fim, o manual de boas práticas deve ser um documento vivo, adaptável às mudanças de estratégia e às novas expectativas do ambiente digital. Essa adaptabilidade garante que a instituição de ensino mantenha sua comunicação digital

sempre atualizada e relevante, respondendo com agilidade às demandas do cenário educacional em constante transformação.

Essa conclusão reforça os pontos principais do estudo e destaca os benefícios práticos da comunicação eficiente via redes sociais na educação, ao incorporar práticas de comunicação digital bem estruturadas, a ETEC de Monte Mor tem o potencial de se tornar uma referência em engajamento e comunicação escolar, refletindo um modelo que outras instituições podem seguir.

REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA do Instagram para o marketing digital. Marketing365. Disponível em: <https://www.marketing365.com.br/a-importancia-do-instagram-para-o-marketing-digital/>. Acesso em: 30 out. 2024.

COMO usar o Instagram na educação. Rubeus Blog. Disponível em: <https://rubeus.com.br/blog/como-usar-o-instagram-na-educacao/>. Acesso em: 01 nov. 2024.

COMUNICAÇÃO digital. FSB Comunicação. Disponível em: <https://www.fsb.com.br/noticias/comunicacao-digital/>. Acesso em: 20 set. 2024.

COMUNICAÇÃO digital. Voitto. Disponível em: <https://voitto.com.br/blog/artigo/comunicacao-digital/>. Acesso em: 01 ago. 2024.

DATAREPORTAL – GLOBAL DIGITAL INSIGHTS. Digital 2024: global overview report.

MARKETING digital para Instagram. HubSpot Brasil. Disponível em: <https://br.hubspot.com/blog/marketing/marketing-digital-instagram/>. Acesso em: 05 out. 2024.

MARKETING digital para Instagram. Qmix Digital. Disponível em: <https://qmixdigital.com.br/marketing/marketing-digital-instagram/>. Acesso em: 25 out. 2024.

MARKETING digital para Instagram. Zenvia Blog. Disponível em: <https://www.zenvia.com/blog/marketing-digital-para-instagram/>. Acesso em: 12 out. 2024.

MÍDIAS na educação: impactos, contribuições e desafios no processo de aprendizagem. Educação Pública CECIERJ. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/23/26/midias-na-educacao-impactos-contribuicoes-e-desafios-no-processo-de-aprendizagem/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

MORAN, J. A educação que desejamos: novos desafios e como chegar lá. 5. ed. Campinas: Papirus, 2012.

REDE social. Etimologia. Disponível em: <https://etimologia.com.br/rede-social/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

REDES sociais: como elas podem melhorar a comunicação entre alunos e escola. Escola da Inteligência. Disponível em: <https://escoladainteligencia.com.br/blog/redes-sociais-como-elas-podem-melhorar-a-comunicacao-entre-alunos-e-escola/>. Acesso em: 05 nov. 2024.

TECNOLOGIAS na educação. SENAC São Paulo. Disponível em: <https://www.sp.senac.br/blog/artigo/tecnologias-na-educacao/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

TIPOS de comunicação no ambiente escolar. Jornada Edu. Disponível em: <https://jornadaedu.com.br/praticas-pedagogicas/tipos-comunicacao-ambiente-escolar/>. Acesso em: 05 ago. 2024.

ANEXO – 2



Etec de Monte Mor
Escola Técnica Estadual

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Eu, _____, nacionalidade _____, menor de 18 anos, neste ato devidamente representado por seu (sua) (responsável legal), _____, nacionalidade _____, estado civil _____, portador da Cédula de identidade RG nº _____, inscrito no CPF/MF sob nº _____, residente à _____ Av/Rua _____, nº _____, complemento _____, cidade de _____, Estado _____,

AUTORIZO o uso de minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: out-door; busdoor; folhetos em geral (encartes, mala direta, catálogo, etc.); folder de apresentação; anúncios em revistas e jornais em geral; home page, facebook, instagram e outros do gênero; cartazes; back-light; mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre outros). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Monte Mor, _____ de _____ de 2025

(assinatura)

