



FORMAÇÃO DE PROFESSORES

Para comunicar não basta falar

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL PARA
DIRETORES DE AGRUPAMENTOS ESCOLARES

por Sofia Almeida Bernardo





PROGRAMA DE FORMAÇÃO

Para comunicar não basta falar

Modalidade – Curso de Formação

Regime de Frequência – e-learning

Duração: 25 horas

15 horas síncronas e 10 horas assíncronas

Nº de horas acreditadas – 25 horas

Acreditação CCPFC/ACC-136582/25 – 25 horas

Objetivos a atingir

- Diagnosticar os desafios de comunicação nas suas organizações.
- Conceber um plano de comunicação alinhado com os objetivos da escola.
- Comunicar eficazmente com diferentes públicos (pais, comunidade, media).
- Gerir situações de crise e proteger a reputação organizacional.
- Produzir conteúdos institucionais adequados para diferentes canais.
- Desenvolver materiais visuais e textuais alinhados com a identidade da organização.
- Gerir de forma integrada os canais de comunicação interna e externa.
- Avaliar a eficácia da comunicação com base em indicadores.

Conteúdos da ação

1. Comunicar uma instituição

- Diferenças entre comunicação institucional e interna
- O papel da comunicação na gestão escolar
- Identidade, imagem e reputação: conceitos-chave

2. Diagnóstico e planeamento estratégico

- Diagnóstico de comunicação: ferramentas e métodos
- Definição de objetivos e públicos-alvo
- Elaboração de um plano de comunicação escolar

3. Comunicação digital e redes sociais

- Boas práticas na presença digital das escolas
- Redes sociais: gestão de conteúdo e interação com a comunidade
- Ferramentas digitais para comunicação (sites, newsletters, plataformas)

4. Relações com a comunidade e media

- Comunicação com pais e encarregados de educação
- Articulação com Câmaras, Juntas e outras entidades
- Comunicação com órgãos de comunicação social



Para comunicar não basta falar

Conteúdos da ação (cont.)

5. Situações de crise e avaliação da comunicação

- Plano de comunicação de crise
- Casos reais em contexto escolar
- Avaliação e melhoria contínua das estratégias de comunicação

6. Design, produção e canais de comunicação

- Identidade visual institucional: elementos básicos e aplicações
- Escrita institucional: circulares, comunicados, newsletters
- Criação de materiais visuais com ferramentas acessíveis
- Princípios de comunicação inclusiva e acessível
- Planeamento de canais e calendário editorial

Metodologias de realização da ação

- Trabalho em grupo com resolução de problemas
- Estudo de casos reais de escolas portuguesas
- Sessões expositivas com apoio visual (slides)
- Elaboração de um plano de comunicação como trabalho final
- Momentos de partilha de experiências entre diretores
- Atividades práticas de design e edição de conteúdo

Regime de avaliação dos formandos

- Participação ativa nas sessões (30%)
- Apresentação do plano de comunicação final (50%)
- Realização dos trabalhos práticos propostos (20%)

Distribuição de horas

A carga horária é distribuída para garantir equilíbrio entre momentos de aprendizagem ativa e avaliação prática:

- 15 horas de sessões síncronas, para partilha de conteúdos, exercícios em grupo, debate, simulações e apresentação de trabalhos
- 10 horas assíncronas, para trabalho autónomo e exercícios propostos, a realizar entre as sessões síncronas.

FORMADORA

Olá, sou a Sofia Almeida Bernardo

Sou formadora e consultora em estratégia de comunicação.

Quando penso em comunicar há uma “obsessão” que me persegue: porque é que esta ideia interessa ao outro, o que é que ele leva daqui?

E é isso que me leva a ajudar pessoas e empresas a criar uma comunicação mais consciente. Porque acredito que assim podemos ter relações mais positivas entre pessoas e organizações.

Aos 22 anos aceitei escrever para rádio, dirigir campos de férias e dar formação. Sem ter muita consciência disso na altura, hoje vejo que esses desafios me levaram a tomar uma decisão: ou desenvolvia a minha comunicação para gerir relações com pessoas diferentes, ou era melhor aprender truques de magia para “desaparecer”.

Estive sempre ligada a estes dois amores – a comunicação e a formação – dentro das organizações, com as pessoas. Há alguns anos criei a SAB Comunicar, para ajudar pessoas e organizações a encontrarem as suas estratégias e a comunicarem com mais consciência e com melhores resultados.

Dirigi equipas de comunicação, coordenei departamentos de formação.

Sou formada em comunicação social e marketing. Juntei-lhes formação em coaching e inteligência emocional. Sou analista comportamental certificada e mentora de comunicação.

Dizem-me que devo gostar muito de ler e aprender, porque sou quase sempre a última a sair dos museus e exposições, na tentativa de ler todas as explicações.

