



Plano de comunicação em cursos autoinstrucionais: do planejamento a operacionalização

Communication plan in self-study courses: from planning to implementation

Thayssa Maluff de Mello¹; Sandra Maria do Valle Leone de Oliveira²; Silvia Helena Mendonça de Moraes³; Daniela Buosi Rohlfs⁴; Débora Dupas Gonçalves do Nascimento⁵; Jackeline Leite Pereira Pavin⁶.

¹ Especialista em Comunicação Social - Jornalismo. Fiocruz Mato Grosso do Sul.

Email: ascom.educacaoms@fiocruz.br

² Doutor em Doenças infecciosas e parasitárias. Fiocruz Mato Grosso do Sul

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8960-6716>

Email: sandra.leone@fiocruz.br

³ Mestra em Saúde Pública. Fiocruz Mato Grosso do Sul

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4815-0863>

Email: silvia.moraes@fiocruz.br

⁴ Doutora em Saúde Coletiva. Ministério da Saúde

ORCID: <https://orcid.org/00-0001-6967-0852>

Email: daniela.buosi@saude.gov.br

⁵ Doutora em Ciências. Fiocruz Mato Grosso do Sul.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2291-2302>

Email: deboradupas@fiocruz.br

⁶ Doutora em Biologia Celular e Molecular. Ministério da Saúde

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7445-3182>

Email: jackeline.pavin@gmail.com

Correspondência: Rua Gabriel Abrão, 92. Jd. das Nações. Financiamento: Ministério da Saúde

Copyright: Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

Conflito de interesses: Todos os autores participaram na elaboração e/ou organização do curso.

Mello TM, Oliveira SMVL, Moraes SHM, Rohlfs DB, Nascimento DDG, Pavin JLP. Plano de comunicação em cursos autoinstrucionais: do planejamento a operacionalização. Revista de Saúde Digital e Tecnologias Educacionais. [online], volume 8, n. especial VI. Editor responsável: Luiz Roberto de Oliveira. Fortaleza, março de 2023, p. 103-112. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/resdite/index>. Acesso em "dia/mês/ano".

Data de recebimento do artigo: 20/08/2022

Data de aprovação do artigo: 11/01/2023

Data de publicação: 30/03/2023

Resumo

Introdução: Ações de comunicação são estratégias pouco utilizadas em processos educativos, entretanto, são recursos potentes para garantir acesso à informação, redução das desigualdades e estímulo a qualificação profissional, especialmente em tempos de crise sanitária. **Objetivo:** Descrever as estratégias de comunicação utilizadas para divulgar os cursos autoinstrucionais do Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no Enfrentamento da Covid-19 e de outras doenças virais (VigiEpidemia). **Métodos:** Estudo descritivo, do tipo relato de experiência. O plano de comunicação foi estruturado no período de dezembro de 2021 a março de 2022, em consonância com o público-alvo a ser atingido. **Resultados:** O plano teve como foco a disseminação da oferta educacional e captação do maior número de profissionais, haja vista a necessidade de qualificação e disseminação de conhecimento em tempo oportuno, para o enfrentamento da Covid-19. O plano abrangeu ações locais, institucionais e interinstitucionais. Houve uma ampla divulgação em todos os estados brasileiros, resultando em 46.490 mil matriculados, de todas as Unidades da Federação, de fevereiro/22 a agosto/22, nos quatro cursos autoinstrucionais. **Conclusão:** Planos de comunicação são estratégias recomendadas no atual contexto e podem favorecer o acesso e a qualificação da força de

trabalho em saúde na perspectiva da Educação Permanente em Saúde.

Palavras-chave: Tecnologias da Informação e Comunicação; Educação Permanente; Educação a Distância.

Abstract

Introduction: Communication activities are rarely utilized in educational processes, but they are powerful resources to ensure access to information, reduce inequalities, and encourage professional training, especially during health crises. Objective: To describe communication strategies used to publicize self-study courses in the Educational Program in Health Surveillance and Care in Response to Covid-19 and Other Viral Diseases (VigiEpidemia). Methods: Descriptive study describing experiences. The communication plan was structured from December 2021 to March 2022, according to the target audience. Results: The plan focused on publicizing the

courses available and enrolling as many participants as possible, considering the need for training and dissemination of knowledge at a time when it was important to respond to Covid-19. The plan included local, institutional, and inter-institutional activities. It was widely publicized throughout all of Brazil and resulted in enrollment of 46,490 participants in all states from February 2022 to August 2022 in the four self-study courses. Conclusion: Communication plans are necessary in the current context and can improve access and training in the health workforce from the viewpoint of continuing education in healthcare.

Keywords: Information and communication technologies; continuing education; distance education.

1. Introdução

A educação à distância (EaD) vem sendo difundida desde antes de sua regulamentação em 1996, mas ganhou mais espaço, visibilidade e valor de uso no contexto da pandemia da Covid-19. Cada oferta educacional nessa modalidade deve ser construída de maneira singular, pautada na natureza do curso, necessidades e objetivos pedagógicos a serem atingidos, assim como características e perfil dos futuros cursistas, uma vez que não existe um único modelo de EaD¹.

A EaD tem um grande potencial no processo de ensino-aprendizagem e a comunicação neste cenário, um papel fundamental como parte das estratégias para disseminação de cursos, com vistas à garantia de acesso ao conhecimento de forma qualificada e equânime aos cidadãos de todas as localidades. A construção de um plano de comunicação para divulgação de cursos EaD, especialmente, cursos autoinstrucionais, objetiva planejar, desenvolver, implantar e monitorar estratégias de comunicação que contribuam para o alcance de pessoas, organizações e instituições, e para que mediante a qualificação profissional, possam ter êxito em suas ações, programas e projetos pessoais e profissionais.

À medida que o Brasil passa por transformações tecnológicas, educacionais, sanitárias e epidemiológicas, faz-se necessário o aperfeiçoamento das ações e o desenvolvimento de planos de comunicação para fortalecer as iniciativas de educação

permanente em saúde (EPS) voltadas aos trabalhadores da saúde, auxiliando na captação de profissionais para os cursos disponíveis, a fim de oportunizar o desenvolvimento de competências necessárias à prática em todos os níveis de atenção à saúde e às necessidades de saúde da população.

Nesse processo de comunicação, espera-se um fluxo operacional e de comunicação que ocorra de forma sistematizada, com mecanismos e os conteúdos voltados para atingir o público-alvo pré-determinado no projeto pedagógico do curso.

Neste sentido, este estudo tem como objetivo descrever as estratégias de comunicação adotadas para divulgar os cursos autoinstrucionais do Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no Enfrentamento da Covid-19 e de outras doenças virais (VigiEpidemia).

2 Métodos

Trata-se de um relato de experiência. As etapas foram elaboradas e implementadas no período de dezembro de 2020 a janeiro de 2022. O plano foi construído pela equipe de educação da Fundação Oswaldo Cruz Mato Grosso do Sul (Fiocruz MS), liderado por uma jornalista. Desenvolvemos (03) etapas no plano de comunicação com detalhamento no foco, nas ações, em prazos e responsáveis por cada atividade, a partir da premissa da comunicação estratégica².

Utilizamos um método de planejamento e implementação do plano de comunicação adaptado para atender os objetivos do VigiEpidemia. Este programa conta com 04 cursos autoinstrucionais sendo que o estudante pode completar sua formação em uma Pós-graduação Lato Sensu, a partir da integralização de créditos e a realização de dois módulos com tutoria.

Utilizamos um referencial metodológico fundado na teoria da comunicação e com atributos que valorizam a saúde inclusiva, comunicação de risco e a detecção de emergências sanitárias^{3,4,5}.

Para a etapa de implementação do Plano adotamos uma linguagem simplificada, a fim de captar o interesse dos trabalhadores de saúde para integrarem as ações de educação permanente no cotidiano do trabalho. Para a etapa de divulgação, foram construídas peças de divulgação e textos. As abordagens diretas foram planejadas para estruturar um diálogo com a identidade visual produzida e com linguagem adequada às diversas mídias disponíveis.

Todas as peças foram devidamente autorizadas pelo financiador e instituição ofertante.

3 Resultados

As ações foram consolidadas em um documento técnico. Houve uma ampla divulgação em todos os estados brasileiros, resultando em 46.490 mil matriculados. Ao todo 45 ações foram executadas como ciclo permanente em todas as fases. Cada ação foi planejada e analisada separadamente para direcionar ao público-alvo de acordo com seu conteúdo. Foi observado qualitativamente um incremento nas inscrições, participações em webnários e consultas aos e-mails institucionais quando houve aumento da incidência das peças de comunicação. Essa observação não foi quantificada.

Um dos efeitos observados na adoção do plano de comunicação nos cursos autoinstrucionais foi o aumento de uma sinergia entre o público-alvo e a instituição ofertante, que evolui de forma colaborativa e acumulativa.

4 Relato da Experiência

Uma comunicação conectada e bem desenvolvida, que considera a peculiaridade de cada agente e os fatores do cotidiano da prática e dos fluxos de trabalho, resulta em uma potência na comunicação dos cursos autoinstrucionais, promovendo relacionamento eficiente com os interessados. As escolhas das fases e focos vem ao encontro das estratégias supracitadas e compreendem:

Fase 1: lançamento e divulgação do programa. Nessa etapa, o intuito foi criar uma expectativa em diversos setores da sociedade para que os interessados já acompanhassem os processos e notícias sobre os cursos autoinstrucionais a serem disponibilizados.

Fase 2: nesta fase, foi planejado o chamamento público para os concluintes dos 04 cursos autoinstrucionais continuarem no programa e concluírem mais 02 módulos, com certificado de especialização.

Fase 3: o objetivo desta fase é a divulgação dos trabalhos de conclusão de curso (TCCs) dos estudantes que concluírem a especialização.

Para cada uma dessas fases foram colocados os seguintes focos com suas respectivas ações. **A) institucional:** promoção de ações de comunicação em parceria com as unidades da Fiocruz, com o Ministério da Saúde, com a Universidade Aberta do Sistema Único de Saúde (UNA-SUS) e outras instituições relacionadas direta ou indiretamente com o público-alvo dos cursos, além da divulgação nos canais de comunicação próprios da unidade. **B) marketing:** desenvolvimento de conteúdos sobre os cursos para divulgar no

perfil da Fiocruz e nas mídias sociais de parceiros. **C) imprensa:** comunicar para a sociedade a realização do programa e sua importância para a vigilância em saúde brasileira e para preparação e resposta para eventos de importância nacional.

Ações da fase 1: Lançamento e divulgação do Programa (Foco Institucional)

A primeira ação compreendeu o desenvolvimento da identidade visual e peças para divulgação do programa (e-mail marketing/cartaz virtual, card, *stories/WhatsApp*, vídeo) e, assim, foi também aplicado a mesma identidade nos ambientes virtuais de aprendizagem dos cursos e materiais instrucionais do programa (Figura 1). Essa atividade teve como responsável o setor de tecnologia da informação da Fiocruz MS e perdurou durante toda a execução do programa.

Outra ação proposta foi a promoção de webinar de lançamento do programa com apresentação dos cursos e palestra de convidados que possuíam domínio dos assuntos relacionados com cada temática do programa. Nessa atividade, os responsáveis foram a Assessoria de Comunicação (Ascom), coordenação e parceiros institucionais.

Foram elaboradas perguntas padrão relativas ao programa, a fim de auxiliar nas respostas rápidas às possíveis dúvidas. Estas foram publicadas na *landing page*, encaminhadas por e-mail ou divulgadas nas mídias sociais da Fiocruz MS, além disso, serviram como base para respostas dos porta vozes.

Dentre outras ações, foram produzidos vídeos de cartela com informações sobre o programa para veiculação no perfil da Fiocruz MS, em suas mídias sociais, e distribuição aos parceiros e colaboradores; produção de vídeos com depoimentos de pessoas chave para convidar os profissionais de saúde a se inscreverem/participarem do programa; produção de vídeos curtos e *lives* no YouTube ou Instagram sobre os cursos e os especialistas/autores participantes; definição do(s) porta voz(es) para dar entrevistas sobre o programa; articulação com a Coordenação de Comunicação Social (CCS)/Fiocruz e Portal Fiocruz para divulgação nos principais canais de comunicação da Fiocruz e imprensa; articulação da divulgação com a direção e a Ascom das unidades da Fiocruz em todo o país (canais próprios, distribuição para Imprensa local e possível articulação com secretarias de saúde estadual e municipais); articulação institucional com gestão de entidades e instituições relacionadas ao público-alvo do programa, com envio de ofício comunicando a iniciativa, realização de reunião de apresentação e solicitação de colaboração na divulgação (ex.: Conass, Conasems, secretarias de saúde estaduais, núcleos do Ministério da Saúde, associações de municípios, conselhos de classe e de outras entidades que reúnam

profissionais de saúde).

Foi realizado também um contato estreito e direto (via telefone) com os 49 municípios brasileiros com mais de 500.000 habitantes e posterior envio de material para divulgação; articulação de divulgação institucional com a UNA-SUS e contato com consórcios idealizados por estados e municípios para uma entrada maior junto aos profissionais atuantes nos serviços, bem como envio de material de divulgação.

Ações da fase 1 (Foco Marketing Digital)

Definição de leiaute para *card e stories* (padrão que identifique o programa); definição de periodicidade de posts sobre o programa em alinhamento com a programação de conteúdo do perfil da unidade nas mídias sociais; produção de conteúdo para *cards e stories* sobre o programa e suas etapas; criação de peças/conteúdos regionalizados, atendendo a identidade da comunidade para um envolvimento mais direto com o VigiEpidemia; produção de conteúdo institucional sobre o curso para o site da Fiocruz MS e publicação dos releases de divulgação no site; envio de material no formato digital para os perfis dos parceiros institucionais internos e externos para publicação (ou *repost*) em mídias sociais, sites, *newsletters*, etc; envio de material de divulgação (e-mail marketing) para egressos dos cursos realizados pela Fiocruz MS, UNA-SUS e Campus Virtual da Fiocruz; agendamento e gerenciamento da produção de conteúdo para os perfis da Fiocruz MS nas mídias sociais; desenvolvimento de *landing page* (Figura 2) para os 3 momentos da fase 1.

Também como estratégia adotada, foram seguidos perfis das mídias sociais de instituições, associações, estados e municípios alvo, a fim de enviar, sempre que possível, por meio de *direct*, conteúdos relacionados ao programa. Foi disponibilizado um e-mail institucional específico para contato dos profissionais que precisassem tirar dúvidas sobre a participação no programa, assim como a realização do que foi publicado nas mídias sociais e publicado em outros perfis sobre o programa, por meio de relatório de acompanhamento.

Ações da fase 1 (Foco Imprensa)

Essa ação objetivou comunicar para a sociedade a realização do programa e sua importância para a vigilância em saúde brasileira e para preparação e resposta para eventos de importância nacional. Para isso foram realizadas as seguintes ações:

Produção e envio de releases sobre o lançamento do programa/edital e reforço nos

principais marcos durante seu desenvolvimento; parceria com Coordenação de Comunicação Social (CCS) e Ascom das demais unidades da Fiocruz para envio de release/reforço junto à imprensa dos seus respectivos estados; mapeamento dos principais veículos de imprensa dos estados e alternativos que poderiam divulgar programas de capacitação/cursos para envio de sugestão de pauta; reuniões periódicas de planejamento com a coordenação do programa para avaliação do processo.

Ações da fase 2 - Chamamento público para a especialização

Nesta fase, foram produzidos conteúdos para o portal da Fiocruz MS e Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde, assim como para seus perfis nas mídias sociais, com o chamamento para a continuidade do curso - especialização. Houve um reforço no contato institucional, com foco em Marketing Digital e Institucional; produção de release com balanço dos 04 cursos autoinstrucionais em oferta; produção de um vídeo convidando os profissionais para realização e/ou conclusão das atividades dos cursos; clipping do que foi publicado na imprensa e relatório de mídias sociais sobre a fase.

Ações da fase 3 – Divulgação dos TCCs dos estudantes que concluírem a especialização

Essa ação está planejada e deverá ser executada com a conclusão da 1ª turma do curso de especialização do Vigiepidemia, prevista para fevereiro de 2023. Pretende-se produzir conteúdo para o portal da Fiocruz MS e Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde e perfis nas respectivas mídias sociais sobre os TCCs; estruturação de um relatório final acerca da divulgação do programa (imprensa e mídias), assim como do possível impacto na adesão e matrículas pelos estudantes.

A fim de nutrir o plano atual compartilhado, mediante os novos desafios que se exibirem, faz-se necessário monitorar e mensurar os resultados alcançados, agenciando a revisão e adaptação das propostas, de acordo com o contexto e as necessidades que forem se apresentando no processo.

5. Conclusão

O plano de comunicação desenvolvido para o VigiEpidemia compreende um processo de planejamento, estratégia, desenvolvimento, implantação e monitoramento que vai além das dimensões e etapas aqui apresentadas. Planos de comunicação são estratégias recomendadas no atual contexto e podem favorecer o acesso e a qualificação da força de trabalho em saúde na perspectiva da educação permanente em saúde.

O reconhecimento do papel da comunicação contribuiu na divulgação do programa em todos os estados da federação, colaborou para adesão/participação do público-alvo em todos os cursos ofertados, conforme expectativa ou muito próxima dela, estreitou parcerias e colaborações para alcance dos objetivos de comunicação e contribuiu para qualificação dos trabalhadores da saúde no âmbito da vigilância em saúde e do SUS.

Agradecimentos

Ao Departamento de Emergências em Saúde Pública - Ministério da Saúde.

Referências

1. SILVA, Mariana Paiva Damasceno, MELO, Marlene Catarina De Oliveira Lopes e MUYLDER, Cristiana Fernandes de. EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA EM FOCO: UM ESTUDO SOBRE A PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA. RAM. Revista de Administração Mackenzie [online]. 2015.
2. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento estratégico da comunicação. In: (Org.). Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.
3. KULPA, Cíntia Costa; CARDOSO, Eduardo; Perry, Gabriela Trindade (org.). Informática na educação: recursos de acessibilidade da comunicação [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.
4. BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria nº 2.979, de 12 de novembro de 2019. Institui o Programa Previne Brasil, que estabelece novo modelo de financiamento de custeio da Atenção Primária à Saúde no âmbito do Sistema Único de Saúde, por meio da alteração da Portaria de Consolidação nº 6/GM/MS, de 28 de setembro de 2017. Brasília, DF: MS, 2019b.
5. MECKAWY, R., Stuckler, D., Mehta, A. et al. Effectiveness of early warning systems in the detection of infectious diseases outbreaks: a systematic review. BMC Public Health 22, 2216 (2022).

ANEXOS

Figura 1. Desenvolvimento de identidade visual e de peças para divulgação do programa (e-mail marketing/cartaz virtual, card, stories/WhatsApp, vídeo). Aplicar a mesma identidade nos ambientes virtuais dos módulos e materiais instrucionais do programa.



Figura 2. Landing Page para os 3 momentos da fase 1.



Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no enfrentamento da COVID-19 e de outras doenças virais

Prepare-se para o futuro: vem aí o VigiEpidemia!

Esteja pronto para dar respostas rápidas em caso de uma nova emergência em Saúde Pública.

Trabalhadores da saúde, gestores, estudantes de todo o país, e interessados na área, podem participar do Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no Enfrentamento da COVID-19 e outras Doenças Virais, que será oferecido pela FioCruz Mato Grosso do Sul em parceria com a Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde.

Clique no botão e registre seu interesse em participar do VigiEpidemia

Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no enfrentamento da COVID-19 e de outras doenças virais

Prepare-se para o futuro: vem aí o VigiEpidemia!

Trabalhadores da saúde, gestores, estudantes de todo o país, e interessados na área, podem participar do Programa Educacional em Vigilância e Cuidado em Saúde no Enfrentamento da COVID-19 e outras Doenças Virais, que será oferecido pela FioCruz Mato Grosso do Sul em parceria com a Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde.

Cadastre-se aqui e obtenha informações sobre o lançamento oficial do VigiEpidemia.

mthayssa@gmail.com (não compartilhado) Alternar conta

*Obrigatório

Nome: *

Sua resposta

E-mail: *

Sua resposta

Telefone: (Não esqueça de colocar o DDD) *

Sua resposta