



PROTOCOLO DE GERENCIAMENTO DE REDES SOCIAIS

GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO
PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA SEXUAL



GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA SEXUAL

COORDENAÇÃO:

PROFª DRª LUDMILA FONTENELE CAVALCANTI

PROFª DRª PATRICIA SILVEIRA DE FARIAS

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

COORDENAÇÃO TÉCNICA:

ASSISTENTE SOCIAL MARIA FERNANDA PINTO DA SILVA

INTEGRANTE EXTERNO

PRODUÇÃO:

DIRETORA DE ACESSIBILIDADE AMÉLIA ABIGAIL ROSAURO DE ALMEIDA

PSICÓLOGA ANA PAULA MOREIRÃO MANZANI

ENFERMEIRA ANNE DE PAULA TSUBOI

ESTUDANTE GRAD. AUANNA MARQUES SILVA

ASSISTENTE SOCIAL BEATRIZ SANTANA DA SILVA

ESTUDANTE GRAD. CAROLINA TORRES ROLIM DOS SANTOS

PROF DR DANIEL DE SOUZA CAMPOS

ESTUDANTE PÓS-GRAD. DEIVI FERREIRA DA SILVA MATOS

ENFERMEIRA DESIRRE MATHIAS PINHEIRO DA SILVA

PSICÓLOGO EDUARDO FRANCISCO CORRÊA LANCELOTTI

BIBLIOTECÁRIA ERICA DOS SANTOS RESENDE

ASSISTENTE SOCIAL E INTÉRPRETE DE LIBRAS ÉRICA CRISTINA DA SILVA E SILVA

ESTUDANTE GRAD. GABRIELA DOS SANTOS MELO BOMFIM

ESTUDANTE GRAD. GIOVANA BRAGA KEBIAN

ESTUDANTE PÓS-GRAD. JACYKELLY RENATA FRANÇA DE OLIVEIRA

ESTUDANTE GRAD. JOÃO VICTOR DE FREITAS FALCK

PROFª DRª JULIANA DA FONSÊCA BEZERRA

ESTUDANTE GRAD. LETÍCIA FERNANDES DA SILVA

PROFª DRª LILIA GUIMARÃES POUGY

ASSISTENTE SOCIAL MARIANA DA COSTA BARROS

ESTUDANTE PÓS-GRAD. OLIVIA ALVES DA FONSECA AGUERA NUNES

ESTUDANTE GRAD. PAMELLA STOQUE DE AGUIAR

ESTUDANTE PÓS-GRAD. PAULO SERGIO PEREIRA FILHO

ESTUDANTE GRAD. RENATA BALTHAZAR DA SILVA

ESTUDANTE PÓS-GRAD. ROSÁRIA DE SÁ PEREIRA DA SILVA

PROFª DRª SILVANA MARIA ESCORSIM

ESTUDANTE PÓS-GRAD. SUZANA PACHECO LIBERAL

ESTUDANTE GRAD. YASMIN ALVES ANJO

DIRETORIA DE ACESSIBILIDADE

INTEGRANTE EXTERNO

INTEGRANTE EXTERNO

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

INTEGRANTE EXTERNO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

INTEGRANTE EXTERNO

INTEGRANTE EXTERNO

BIBLIOTECA DO CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

DIRETORIA DE ACESSIBILIDADE

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

FACULDADE DE ODONTOLOGIA

ESCOLA DE ENFERMAGEM ANNA NERY

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

INTEGRANTE EXTERNO

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

INTEGRANTE EXTERNO

INSTITUTO DE ESTUDOS DE SAÚDE COLETIVA

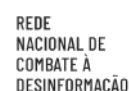
INSTITUTO DE PSICOLOGIA

RIO DE JANEIRO
2022

PROMOÇÃO:

ORGANIZAÇÃO:

PARCERIAS:



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P967 Protocolo de gerenciamento de redes sociais / Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual; coordenação Ludmila Fontenele Cavalcanti, Patrícia Silveira de Farias. – Rio de Janeiro: UFRJ, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Escola de Serviço Social, 2022.

25 p.: il.

Elaborado pelo Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

1. Comunicação digital. 2. Mídia digital. 3. Redes sociais. I. Cavalcanti, Ludmila Fontenele. II. Farias, Patrícia Silveira de. III. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Serviço Social. IV. Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual.

CDD: 384.3

APRESENTAÇÃO



O GRUPO E AS REDES SOCIAIS

Integrante do Núcleo de Políticas Públicas, Identidades e Trabalho da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, o Grupo de pesquisa e extensão “Prevenção à violência sexual contra a mulher” articula ações de ensino, pesquisa e extensão relativas ao tema da violência sexual contra a mulher.

Dentre as principais atividades do grupo, procura-se dar visibilidade ao tema da prevenção da violência sexual, ampliando a informação disponibilizada acerca do tema da violência sexual contra a mulher. Nesse cenário, o uso das redes sociais como forma de compartilhamento de informações sobre o tema têm se mostrado uma estratégia positiva.

Com diversas funcionalidades, os aplicativos de redes sociais se destacam pela reunião de conteúdos de forma concisa em uma única plataforma, além da facilidade de acesso ao usuário. Dessa forma, acreditamos que abrir espaço para o debate e a divulgação de informações sobre o tema através do uso das redes sociais pode ampliar o enfrentamento à violência sexual contra a mulher.

A variedade de Redes Sociais disponíveis atualmente permite que cada projeto escolha aquelas que melhor atendam suas demandas. No caso particular do nosso Grupo, desde 2018 estamos presentes na rede social Facebook e, mais recentemente, produzimos conteúdo também para as plataformas Instagram e Youtube.

A interação do Grupo com o público permite a articulação de informações, conhecimentos e experiências para além dos muros da universidade e das instituições, se configurando com uma atividade que articula ensino, pesquisa e extensão. O presente Protocolo apresenta o modelo de gerenciamento das redes que foi construído e adotado por este Grupo e que serve de base para a orientação de outros Projetos. O documento contém informações essenciais¹ organizadas como um manual para uso institucional das redes sociais, em busca de facilitar o processo de pesquisa, produção e compartilhamento de conteúdo.

Grupo Prevenção à Violência Sexual

¹As informações disponíveis nesta primeira versão do Protocolo são atuais até a data presente e estão sujeitas à atualizações conforme as redes sociais também atualizam.

SUMÁRIO

06

NOSSAS REDES

07

ORGANIZAÇÃO DO GRUPO

10

INSTAGRAM

17

AGREGADOR DE LINK

18

FACEBOOK

21

YOUTUBE

22

ACESSIBILIDADE NAS REDES

NOSSAS REDES

A primeira rede social do Grupo foi a página do **Facebook**, criada em 2018. A página "Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual" nasceu com o objetivo de divulgar informações diversas sobre a temática e logo foi ampliada para o compartilhamento de acontecimentos do Grupo, como a divulgação do aplicativo EVISU e eventos realizados. A criação de conteúdo para a página é um processo que articula ensino, pesquisa e extensão, na medida em que provoca e compartilha conhecimento.

Com a atualização das redes sociais e a popularização de outras plataformas digitais, o Grupo criou o perfil no **Instagram** no início de 2020. O Instagram é uma rede social altamente popular, que permite que as informações alcancem um público ainda maior. Além disso, o Instagram se destaca por ser uma plataforma baseada em imagens e vídeos, o que ajuda na divulgação de informações de maneira didática e interativa.

No contexto de pandemia do COVID-19, os projetos de extensão precisaram se adaptar ao modelo remoto e, a partir disso, os webinários - que são modelos de seminários em formato online - tornaram-se uma estratégia de divulgação e de promoção de debates virtuais, potencializando a articulação entre ensino, pesquisa e extensão. Desde então, o Grupo está presente também na plataforma do **Youtube** com a Série Aproximações Interdisciplinares, com objetivo de promover diálogos sobre o tema de forma diversa e é também uma iniciativa em comemoração aos 20 anos de atuação do Grupo.

NOSSOS ENDEREÇOS



/prevencaoenfrentamentovscm



@prevencaoviolenaciasexual



Grupo Prevenção à Violência Sexual- UFRJ



ORGANIZAÇÃO DO GRUPO

O processo de produção de conteúdo conta com protagonismo estudantil - estudantes de diferentes cursos que integram o Grupo participam em todas as etapas, desde a pesquisa de conteúdo, construção do material até o compartilhamento e engajamento nas redes. Para tanto, o alinhamento do Grupo é fundamental e, por isso, lançamos mão de ferramentas estratégicas para manter a organização.

GRUPO DE WHATSAPP



O Whatsapp é uma ferramenta que facilita a comunicação. Dessa forma, foi criado um grupo no Whatsapp com o objetivo de ser um espaço de troca e construção da informação. Nele deve ser compartilhado:

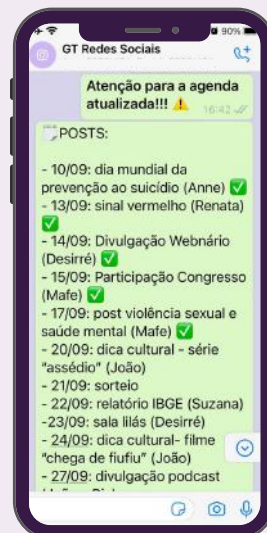
- Calendário das postagens
- Ideias para conteúdos
- Postagens para revisão
- Informações relacionadas às redes sociais.

PRODUÇÃO DE POSTAGENS

- O Grupo mantém a periodicidade de posts em no mínimo 3 postagens por semana para manter o engajamento nas redes.
- A quantidade de postagens para cada estudante deve ser distribuída conforme a quantidade de pessoas no Grupo, em esquema de rodízio.
- As postagens devem ser produzidas com antecedência para dar tempo de todo o Grupo revisar e aprovar.

AGENDA DE POSTS

- A agenda de posts é feita através de uma mensagem no grupo que lista todos os posts do mês.
- A agenda é enviada diariamente em formato de cronograma.



GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA SEXUAL

- Se houver modificações no cronograma, o mesmo deve ser editado e reenviado.
- O nome do responsável do post deve ser indicado na mensagem.
- Conforme os posts vão sendo postados, é preciso sinalizar na agenda para conhecimento de todo Grupo.

RELATÓRIO MENSAL

- No final do mês, o Grupo deve produzir um Relatório Mensal Engajamento das Redes sociais, a partir das informações na aba insights de cada rede.

Facebook

Página inicial pelo computador



Instagram

Página inicial pelo celular

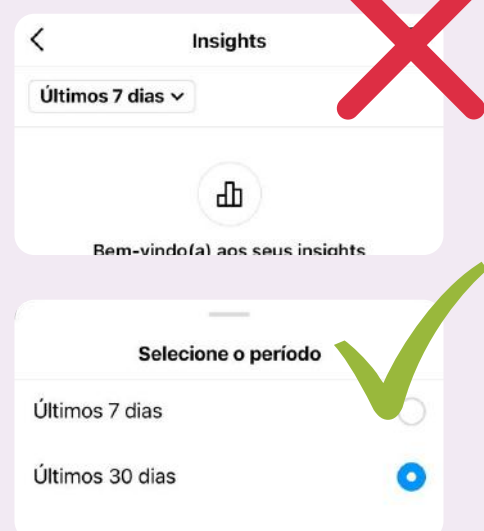


- Dentro da aba insights, o Grupo deve fazer o relatório a partir das informações no período de 28 no Facebook e 30 dias no Instagram.

Facebook



Instagram



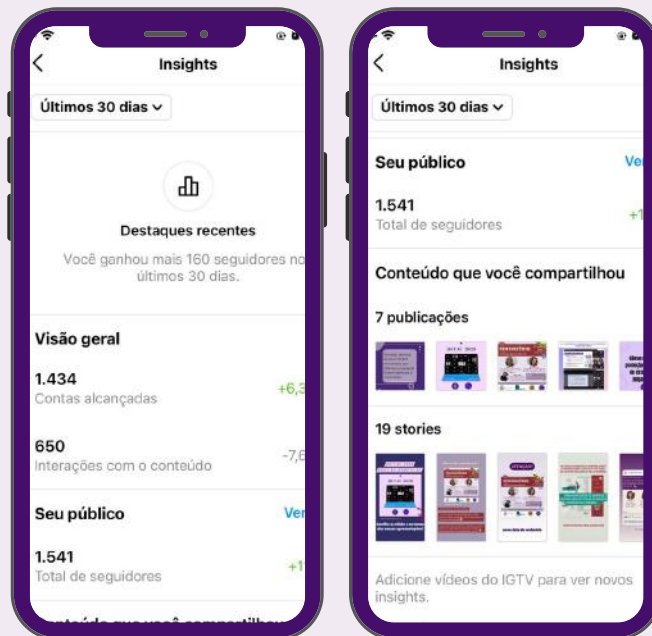
GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA SEXUAL

- A coleta pode ser feita através de prints da tela e os dados devem ser reunidos em um único documento, que posteriormente pode ser utilizado para desenvolvimentos de trabalhos e pesquisas.



COLETA DE INFORMAÇÕES INSTAGRAM:

- Na aba insights, coletar as informações das abas:
- Visão Geral - Contas alcançadas e Interações com o conteúdo
- Seu Público
- Conteúdo que você compartilhou - Publicações e Stories

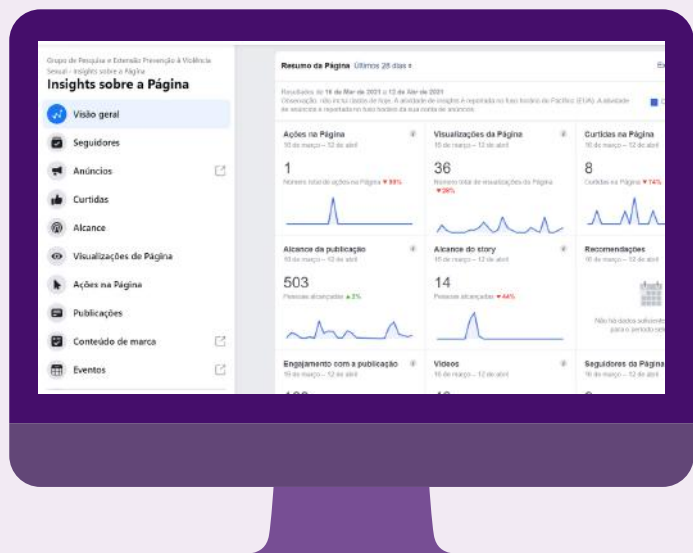


COLETA DE INFORMAÇÕES FACEBOOK:

Passo 1: Na aba insights, clicar em 'ver tudo'.

Passo 2: Colher as informações das abas:

- Visão Geral
- Seguidores
- Curtidas
- Alcance
- Visualizações da Página
- Publicações
- Stories
- Pessoas





Instagram

A REDE

O Instagram, também conhecido como IG ou Insta, é uma rede social online para compartilhamento de fotos e vídeos.

Você encontra nosso perfil através do @prevencaovienciasexual.

Todo integrante do Grupo deve ter acesso ao Instagram através do email e senha para logar.

PARA QUE UTILIZAMOS O INSTAGRAM?

O Instagram é utilizado para divulgação de informações sobre o tema, tais como:

- Notícias;
- Documentos e cartilhas;
- Políticas;
- Participação em eventos;
- Dicas culturais;
- Produções do grupo (EVISU, seminários, webnários, podcasts, manuais);
- Produções de projetos parceiros; entre outros.



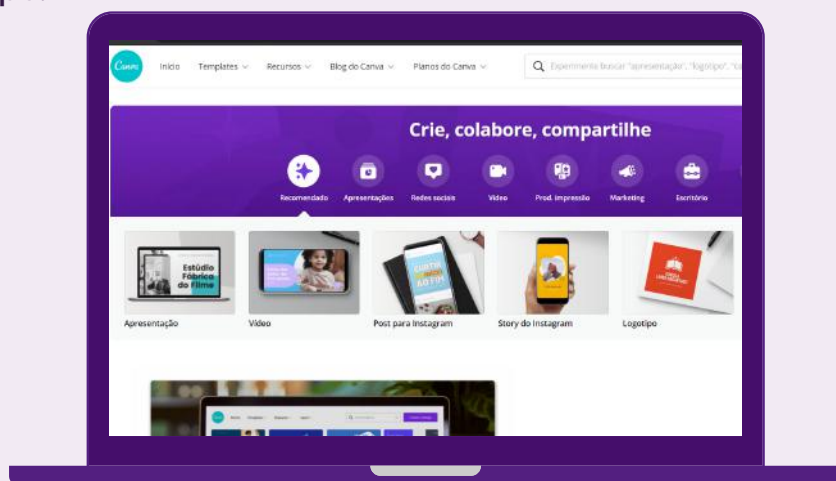
PLATAFORMAS QUE USAMOS NO INSTAGRAM

1. Feed: o feed é o perfil do Instagram. É ele que reúne todas as publicações e serve como um resumo do conteúdo produzido.
2. Stories: o Storie é um recurso de compartilhamento de mídia que fica no ar por 24h.
3. Reels: o Reels é utilizado para compartilhar vídeos curtos e criativos.

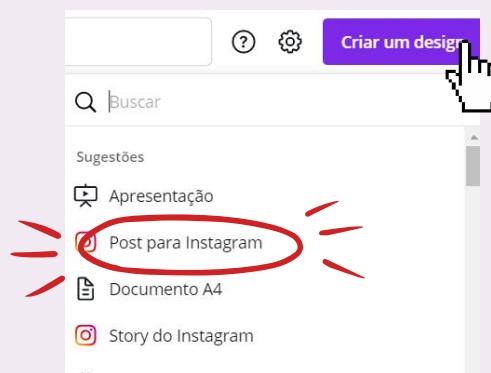
COMO CRIAR UM CONTEÚDO

Primeiro passo: Arte

Para criar a arte para uma postagem, utilizamos a plataforma Canva que possui interface simples e intuitiva. O Canva deve ser acessado através do email e senha do grupo.

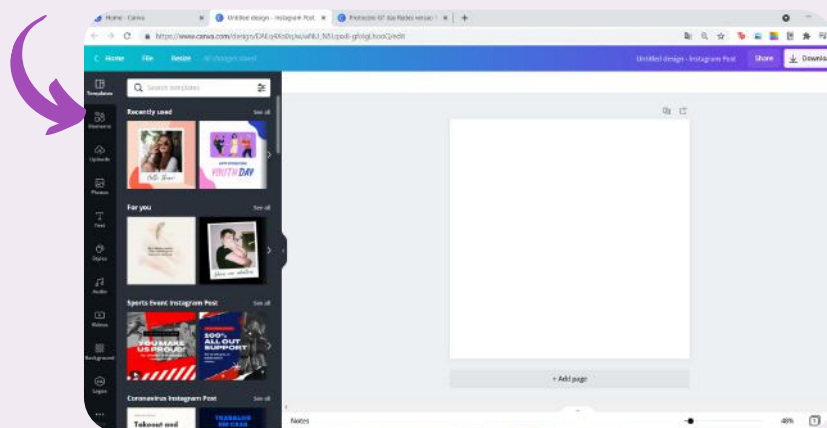


- Na página inicial do Canva, comece criando um novo design clicando em: "Criar design".



- Selecione o tipo de post que deseja fazer. Por exemplo, se for um post para o feed, selecione "Post para Instagram".

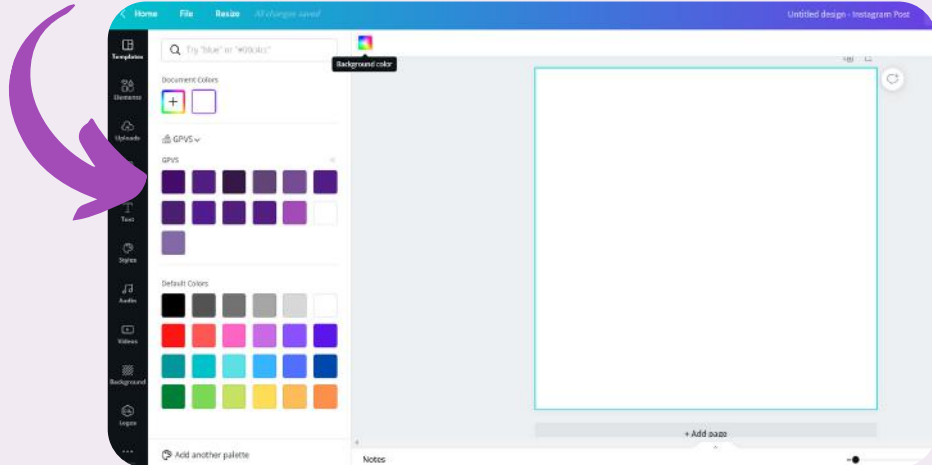
- O Canva irá abrir uma nova aba onde você poderá criar a sua arte na área de trabalho.
 - O design pode ser criado do zero ou você pode se basear nos templates prontos que o próprio site oferece.



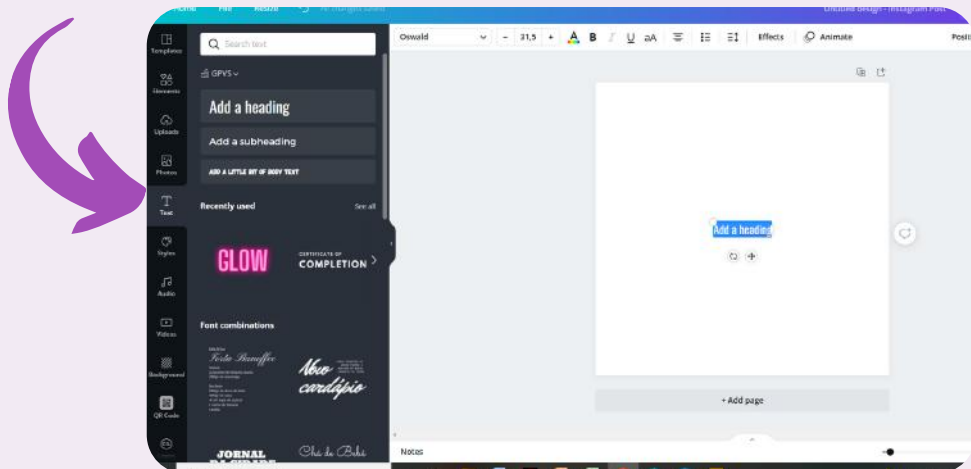
- Ao finalizar, clique em "download" no canto superior direito da tela e baixe a arte em formato PNG ou JPG.

Pontos importantes na criação da arte:

- É importante que o perfil tenha uma **identidade visual** própria, com paletas de cores e combinações de fontes personalizadas.
 - No Grupo, utilizamos uma paleta de cores roxa, pois as cores roxo e lilás são conhecidas como as cores do enfrentamento à violência contra a mulher. A paleta de cores fica disponível na parte de cores da área de trabalho.



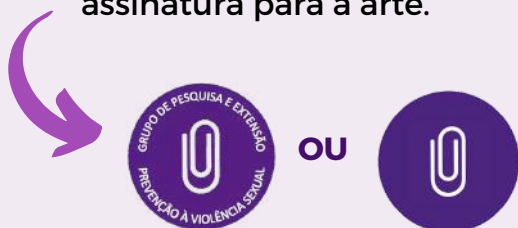
- O texto deve estar alinhado, de preferência no formato centralizado. A combinação de fonte geralmente utilizada também pode ser salva e é visualizada ao clicar em 'Texto'.



- Evite muitas informações nas imagens para não confundir o público.
- Certifique-se de que a fonte escolhida para o texto da imagem está legível.
 - Não utilize cores que não favorecem a leitura do texto.



- Ao terminar o design inclua a logo do Grupo. A logo funciona como uma assinatura para a arte.

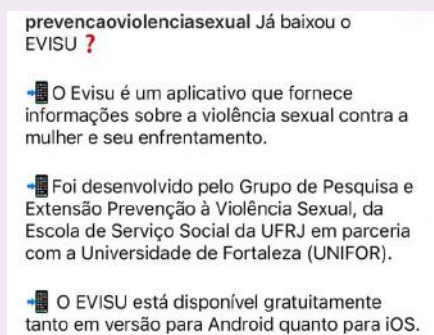


Exemplo:



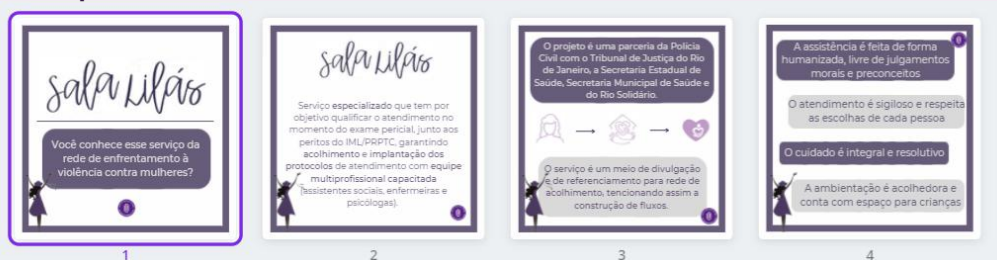
Segundo passo: Legenda

- A legenda deve ser direta, clara e interativa.
 - Separe os parágrafos do texto com um espaço e inicie as frases com um emoji referente ao tema.
 - Use a legenda para chamar o público para interação.



- Evite legendas longas para que o público não se canse e para que o vídeo da legenda em libras não passe de 1 minuto.
- Caso o conteúdo seja extenso, faça um post em carrossel, isto é, post com mais de uma imagem.

Exemplo:



Terceiro passo: Aprovação das postagens

Toda arte precisa ser aprovada antes de postada.

1. Após fazer o download da arte, compartilhe através do grupo de WhatsApp com a legenda para a aprovação e correção.
2. Uma vez aprovada, defina com o grupo a data da postagem e indique na agenda de posts.
3. Sinalize para a tradutora de libras que a postagem está pronta para tradução.



ENGAJAMENTO

O engajamento do Instagram é, em suma, a interação do público com o conteúdo postado. Um bom engajamento no perfil do Grupo contribui para o êxito na disseminação de informações, pois além de criar uma relação sólida com o público que já nos segue, pode nos levar a atingir novos seguidores.

Para aumentar o engajamento, é recomendado o uso de diferentes plataformas da rede:

STORIES

- Stories são conteúdos que ficam disponíveis em um período de 24h.
- Ao postar um storie, utilize as ferramentas de interação dos Stories



CONTEÚDOS ESSENCIAIS NOS STORIES:

- compartilhamento de posts novos.
- contagem regressiva para os webnários.
- cobertura de eventos e webnários ao vivo
- compartilhamento de menções de outras páginas.

POSTS

- Legendas interativas e que chamem para os comentários.
- Sugestão para download do EVISU.
 - "Para mais informações sobre o enfrentamento à violência sexual contra a mulher, baixe o EVISU! (link na bio)".
- Uso dos emojis na legenda.
- Curtir e responder comentários.
- Uso da imagem interativa ao final dos posts com conteúdo de informação ou didático (disponível na pasta "Redes Sociais" do drive).



HASHTAGS

- As hashtags devem acompanhar o tema dos posts mais as hashtags do Grupo e da Instituição.
 - Hashtags "chaves" para ir em todos os posts: #violenciacontramulher; #violenciadegenero; #enfrentamento; #prevencao; #violenciadegenero; #violenciasexual; #ufrj.

REELS



- O Reels permite a produção de vídeos curtos e interativos que os algoritmos disparam para diferentes usuários do Instagram e atraem novos seguidores.
- A principal chave para atrair visualizações no Reels é o uso de trends, isto é, as tendências do momento dentro do aplicativo. Contudo, como o perfil é institucional, o uso do Reels precisa adaptar as trends para temas relevantes, seguros e didáticos. Por isso, a criatividade é fundamental.

INBOX

- O inbox é como uma caixa de entrada para as mensagens recebidas dentro do Instagram. É fundamental que o Grupo esteja atento a essas mensagens e respondê-las o quanto antes.

INTERAÇÃO COM OUTRAS PÁGINAS

- Semanalmente, um integrante do Grupo deverá ficar responsável pela interação (curtir e comentar) em postagens realizadas por outras páginas institucionais que seguimos.

DESTAQUES

- Os destaques ficam na página do perfil e permitem que stories escolhidos fiquem disponíveis para o público.
- Assim como o feed, os destaques são porta de entrada para novos seguidores. Por isso, devem conter informações relevantes.
- Os destaques são separados por temas e possuem uma capa e um título para facilitar a identificação.
 - A capa é feita com um fundo roxo e um elemento gráfico que resuma o tema ao centro.

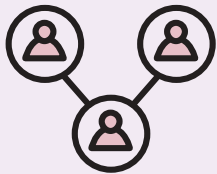


- Toda vez que o perfil postar um novo story relativo a algum tema incluído nos destaques, ele deve ser adicionado ao destaque de determinado tema.



POSTAGENS SOBRE O GRUPO

- A adesão às redes sociais foi uma iniciativa para divulgar informação e promover debates virtuais sobre o tema do enfrentamento à violência sexual, o que potencializa a articulação entre ensino, pesquisa e extensão. Somado a isso, as redes institucionais se configuram também como uma oportunidade exitosa de promover ações desenvolvidas pelo Grupo.
 - Participação em eventos;
 - Pesquisas e produções realizadas;
 - Ações desenvolvidas pelo Grupo.



ARTICULAÇÃO COM OUTRAS PRODUÇÕES DO GRUPO

- As postagens de divulgação (arte, legenda e legenda em libras) de Webnários, Podcats e Sorteios são construídas pelos pesquisadores responsáveis por tais produções e postadas pelos responsáveis do gerenciamento das redes.
- A data da postagem é fornecida pelos grupos responsáveis pela construção da postagem e deve entrar na Agenda de posts.

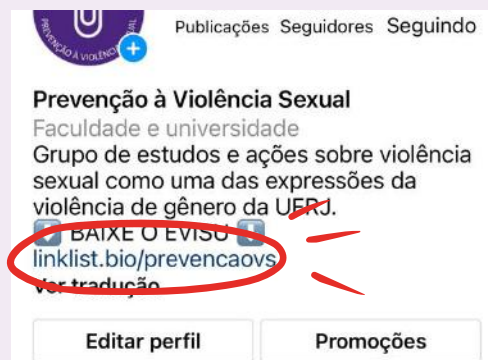


AGREGADOR DE LINK



O QUE É?

O agregador de link fica na bio do Instagram e é utilizado para armazenar links importantes do Grupo para que o público acesse. Atualmente, o Grupo utiliza a plataforma Linklist.bio para esta função.



COMO ACESSAR O LINKLIST.BIO?

1. Acesse URL: <https://linklist.bio/prevencaovs>
2. Faça login através do email e senha do drive.
3. Para adicionar um novo link clique em "Adicionar novo linklist" na página inicial.



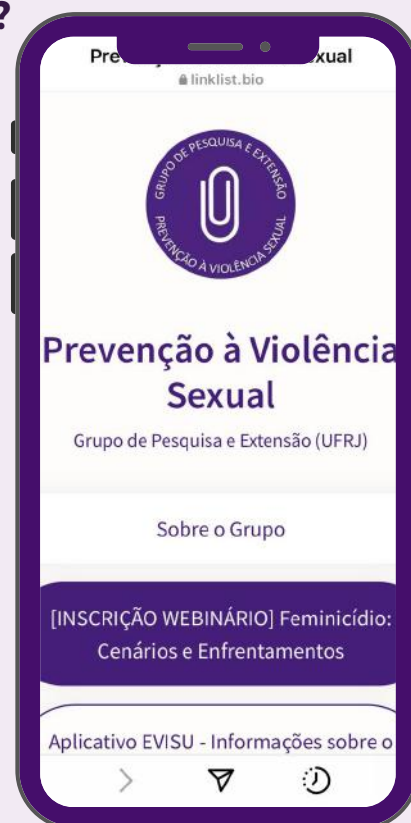
O QUE DEVE ENTRAR NA BIO?

- Resumo do Grupo.
- Link para todas as redes sociais.
- Link para download do EVISU.
- Link de Inscrição para Webinários.
- Link dos Webinários ao vivo.
- Link de produções do Grupo.



O QUE NÃO DEVE ENTRAR?

Divulgação de links e produções que não dizem respeito ao grupo. Ainda que estejamos divulgando um material no post, o link de divulgação do mesmo deve permanecer somente na legenda.





AGENDA

A agenda de posts do Facebook segue a do Instagram.



FEED

O Feed do Facebook acompanha o Feed do Instagram, exceto em postagens de sorteio de webnário, pois somente os comentários que são feitos no Instagram podem participar.

Ao postar no Instagram, é possível postar automaticamente no Facebook.

Porém, quando houver legenda em libras, a postagem não conseguem ir automaticamente, pois o Facebook não permite postar uma foto junto com um vídeo. Dessa forma, é preciso fazer a postagem no Facebook separadamente.

COMO POSTAR NO FEED DO FACEBOOK:

Para postar na página do Facebook, é preciso ser um 'administrador da página'. Para isso, solicite que outro membro do GT que já é administrador, te adicione como um também.

1. Na página inicial clique em "Criar publicação".



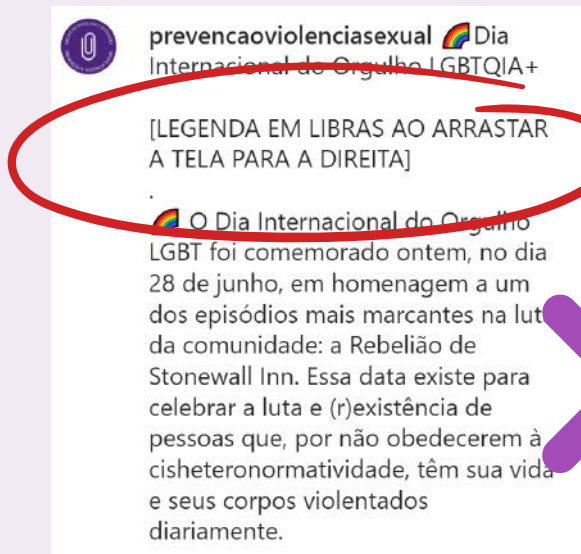
2. Selecione a arte da postagem.

3. Escreva a legenda que deve ser a mesma do Instagram.

GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA SEXUAL

Ao escrever a legenda no Facebook é preciso mudar a indicação da legenda em libras, pois o vídeo da intérprete vai nos comentários.

Instagram



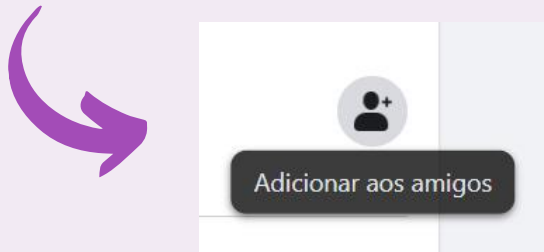
Facebook



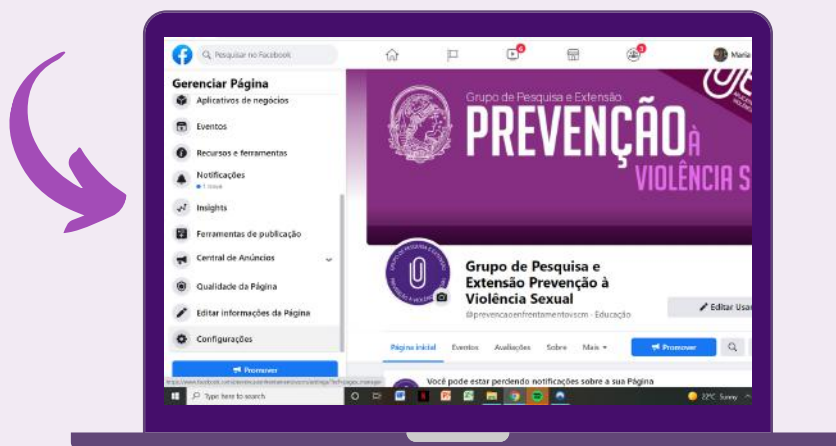
COMO TORNAR ALGUÉM UM ADMINISTRADOR:

Só é possível adicionar um novo administrador se quem está adicionado já for um.

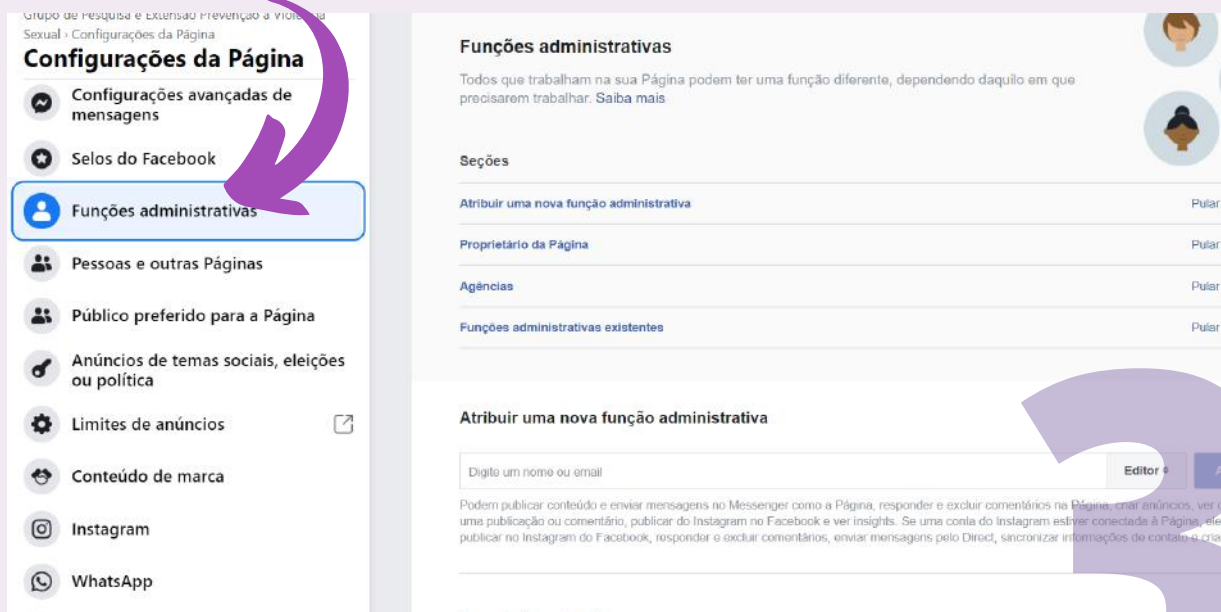
Adicione a pessoa no seu perfil pessoal.



Na barra lateral da esquerda que aparece na página inicial do Grupo, clique em 'Configurações'.



Nas Configurações, clique em 'Funções Administrativas'.



Em Funções Administrativas, digite o nome da pessoa em 'Atribuir uma nova função administrativa' e clique em 'Adicionar'.



Embora o foco da postagem de conteúdo esteja mais focada no formato Instagram, o Facebook abarca um outro tipo de público que não pode ser esquecido. Por isso, toda vez que uma postagem vinculada do Instagram com o Facebook for feita, é preciso conferir se a mesma subiu em ambas as redes.



NOSSO CANAL

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos. Durante a pandemia, com a migração das atividades para modalidade remota, o Grupo precisou adequar suas ações ao modelo remoto.



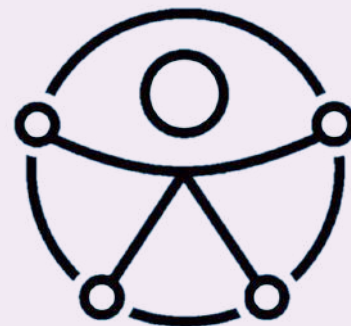
Nessa direção, os webinários - modelos de seminários em formato online - foram idealizados como uma estratégia de divulgação e de promoção de debates virtuais sobre o tema das violências de gênero, potencializando a articulação entre ensino, pesquisa e extensão. Após realizarmos uma pesquisa para definição do modelo dos eventos, as plataformas mais adequadas e as possíveis abordagens da temática das violências de gênero, definiu-se que os eventos seriam transmitidos ao vivo na plataforma do YouTube

A "Série Aproximações Interdisciplinares" foi desenhada com objetivo de fortalecer e ampliar a rede de atores envolvidos com o enfrentamento às violências de gênero, buscando interação dialógica em ambientes virtuais. As gravações formam uma playlist, disponível online e gratuitamente, compondo um acervo de informações qualificadas sobre o enfrentamento às violências de gênero.

A experiência do Projeto na produção e sistematização de webinários foi sintetizada no "Manual para Produção de Webinários", disponibilizado no Pantheon - repositório institucional da UFRJ, a fim de compartilhar as etapas dinamizadas do processo e contribuir para a ampliação de iniciativas similares dentro e fora das universidades, potencializando sua função social.

Para além dos webinários, o YouTube se configurou também como um repositório de trabalhos realizados para eventos e Congressos que aconteceram no formato online durante a pandemia.

ACESSIBILIDADE NAS REDES



TRADUÇÃO EM LIBRAS

Desde 2020, as postagens das redes sociais têm contado com um vídeo de tradução em libras para contemplar as pessoas com deficiência auditiva não oralizadas, isto é, que não sabem ler e escrever.

PASSO A PASSO PARA SOLICITAR LEGENDA EM LIBRAS

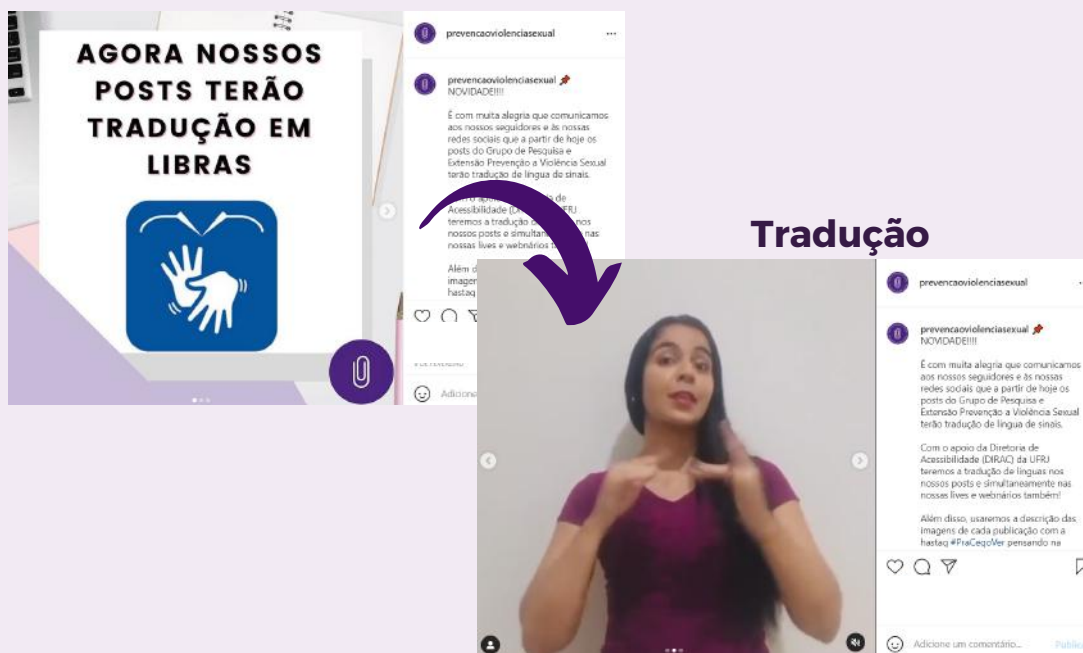
1. Fazer arte e legenda da postagem.
2. Solicitar aprovação da postagem no grupo de Whatsapp.
3. Corrigir a postagem se necessário e reencaminhar no grupo.
4. Uma vez corrigida e aprovada a arte e legenda, sinalizar para intérprete qual a versão aprovada da postagem.
5. Indicar para intérprete qual a data da postagem.

PONTOS FUNDAMENTAIS

- A postagem aprovada deve ser enviada para intérprete com antecedência, respeitando a sua agenda.
- Os vídeos com a tradução devem ser postados sem áudio.
- O Instagram só permite postar em carrossel vídeos de até 1 minuto. Logo,
 - Atenção para o Instagram não cortar o vídeo.
 - Caso a legenda precise de mais de um vídeo, atenção para ser postado na ordem certa.
- No Facebook, a legenda em libras é postada nos comentários, pois a rede não permite postar um vídeo junto com uma foto.
 - Portanto, os posts com legenda devem ser postados separadamente em cada rede.

Ao enquadrar o vídeo junto com o post em carrossel, conferir se as mãos da intérprete não estão sendo cortadas, para que não afete nenhum sinal feito.

Postagem



DESCRIÇÃO DA IMAGEM

O MOVIMENTO DAS HASHTAGS #PRACEGOVER E #PRATODOS VEREM

Criado em 2012 por iniciativa da professora Patrícia Braille, o #PraCegoVer é um projeto de disseminação da cultura da acessibilidade nas redes sociais e tem por princípio a descrição de imagens para apreciação das pessoas com

Atualmente, o recurso de audiodescrição é utilizado não somente por deficientes visuais, mas também pessoas com baixa visão, além de pessoas com deficiências mentais, entre outros. Por isso, após um período de uso do #PraCegoVer, adotamos o uso exclusivo do #PraTodosVerem uma vez que não falamos para todos, não apenas para os cegos ou para um grupo específico de pessoas.

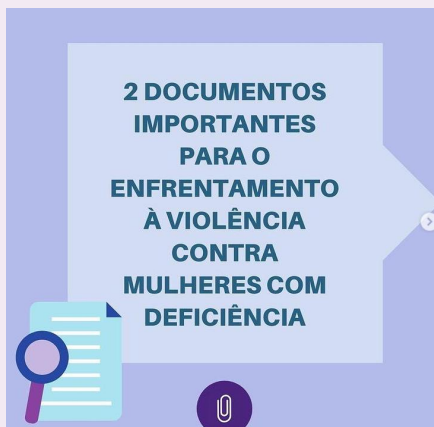
O QUE É A DESCRIÇÃO TEXTUAL DE IMAGENS?

É uma tradução que consiste em transformar imagens em palavras, obedecendo a critérios de acessibilidade, respeitando as características do público a que se destina.

COMO DESCREVER? (DICAS)

1. Anuncie o tipo de imagem: fotografia, cartum, tirinha, ilustração...
2. Comece a descrever da esquerda para a direita, de cima para baixo [a ordem natural de escrita e leitura ocidental].
3. Informe as cores: Fotografia em tons de cinza, em tons de sépia, em branco e preto [se a foto for colorida, não precisa informar “fotografia colorida”, porque você vai dizer as cores dos elementos da foto na descrição e a indicação ficará redundante. Se você já vai dizer que a moça está de casaco vermelho, ao lado de flores amarelas, não preciso dizer que a foto é colorida].
4. Descreva todos os elementos de um determinado ponto da foto e só depois passo para o próximo ponto, criando uma sequência lógica.
5. Descreva com períodos curtos [se posso falar com 3 palavras, não vou usar 5].
6. Evite adjetivos. Se algo é lindo, feio, agradável a pessoa com deficiência é quem vai decidir, a partir da descrição feita.

Exemplo:



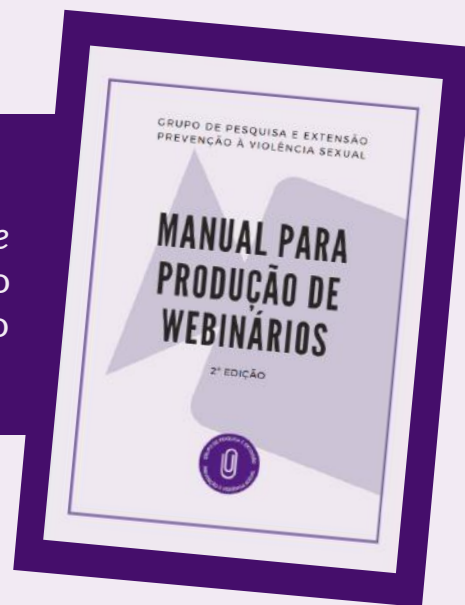
#PraCegoVer: Imagens em carrossel, na primeira imagem fundo lilás ao centro escrito “2 documentos importantes para o enfrentamento à violência contra mulheres com deficiência.”

Na segunda imagem, fundo lilás e ao centro, uma figura de mulheres com várias deficiências lutando por direito e visibilidade escrito “guia mulheres com deficiência”.

Na terceira imagem de fundo lilás contém a capa do guia escrito “guia de atenção à saúde as mulheres com deficiência e mobilidade reduzida.”

CONHEÇA TAMBÉM

A 2ª Ed. do *Manual para Produção de Webinários* (2022) é uma produção coletiva do Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual.



prevencaovs@gmail.com



linklist.bio/prevencaovs



[@prevencaoviolenaciasexual](https://www.instagram.com/prevencaoviolenaciasexual)



Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual



Grupo Prevenção à Violência Sexual - UFRJ



Grupo de Pesquisa e Extensão Prevenção à Violência Sexual

Escola de Serviço Social

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Universidade Federal do Rio de Janeiro