



COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA. PARTE II

PREPARAÇÃO PARA O RETORNO
AO “NOVO NORMAL”.

ROBERTO SGANZERLA

*Especialista em Marketing de
Transportes e Mobilidade Urbana*



A pandemia do Covid-19 (novo corona vírus) desencadeou diversas discussões que certamente mudaram e ainda mudarão a forma da sociedade se comportar. E um dos aspectos, tem a ver com a comunicação e a informação compartilhada. Em situações de surtos epidêmicos ou pandêmicos, a literatura científica sempre ressalta duas preocupações básicas: a necessidade de comunicação estratégica e o risco das informações equivocadas para tomada de decisão coletivas e individuais em termos de prevenção.

Em um artigo, pesquisadores do Reino Unido ressaltaram que as *“estratégias de comunicação efetivas são aquelas capazes de conter a preocupação do público e, ao mesmo tempo, informar os cidadãos sobre a ameaça, além de influenciá-los a realizar ações preventivas”*.¹



Significa dizer que a comunicação precisa ser direcionada para ajudar as pessoas a realizarem a prevenção necessária e, obviamente, dimensionar o tamanho da ameaça. E não gerar medo e pânico.

Portanto, neste momento de retorno as atividades econômicas, traremos de maneira sucinta, sugestões do *que/e como* comunicar a população que volta a usar o transporte público, bem como para com os colaboradores que retornam aos postos de trabalho nas Empresas.



RETORNO DOS PASSAGEIROS AO TRANSPORTE PÚBLICO

95% das lojas Starbucks foram reabertas na China, mas o movimento na loja está em 60% do que era. As pessoas não consomem mais na local, compram e vão embora. Se esta tendência se confirmar em todos os países, a Starbucks terá que rever o seu modelo, reduzindo o espaço de convivência. ²

Neste período de retorno gradual das atividades econômicas no transporte público, muitos conceitos também terão que ser revistos durante este “novo normal”.

A NTU preparou um material bem completo a respeito, *Protocolo de prevenção contra a covid-19 no transporte público coletivo por ônibus*, ³ com todas as recomendações para este momento, no entanto, elenquei os 5 imprescindíveis tópicos que a comunicação deve contemplar, durante este período de retomada gradual da mobilidade.

CUIDE-SE

Você é importante pra nós.



- Use máscara sempre.



- Não tenha contato com dinheiro, use o cartão Sou Diadema.



- Evite ir a postos de recarga. Utilize o aplicativo Cittamobi.



mobibrasil
NOVA PORTUGAL

Cittamobi

1 - ÔNIBUS LOTADO

Durante o período de prevenção da pandemia, ônibus lotado não é mais aquele com gente em pé, mas sim todos sentados. Portanto a recomendação é para que os passageiros, de preferência, embarquem em veículos com assentos disponíveis.

2 - MANTER O DISTANCIAMENTO SOCIAL NAS FILAS DE EMBARQUE

Recomendação aos passageiros para distanciamento mínimo de 1,0 metro entre as pessoas nas filas de espera nos pontos de ônibus e terminais, e se possível, com sinalização no chão dos terminais orientando os passageiros. Incentivo a utilização do APP para obter informações sobre os horários dos ônibus, evitando aglomerações nos pontos de ônibus.

3 - USO DE MÁSCARAS

Além da obrigatoriedade para motoristas, cobradores e fiscais utilizarem máscaras, quando em serviço; o uso de máscaras pelos passageiros que usem o transporte público se torna imprescindível neste momento, e em algumas cidades obrigatório.

Usar **moedas e cédulas**
aumenta o **risco** de
transmissão da **COVID-19**



Utilize o **Bilhete Único** de
Guarulhos e viaje mais **seguro!**



4 - PAGAMENTO COM CARTÃO TRANSPORTE

Em algumas cidades o pagamento em dinheiro no transporte público será proibido, enquanto durar a pandemia.

Até hoje abordamos a questão da diminuição/eliminação do uso do dinheiro para do pagamento das tarifas do transporte, com o argumento da **segurança pública** (*evitar roubos e assaltos*), mas pela pandemia atual causada pelo covid-19, o ambiente se torna propício para também abordar o tema sob o aspecto de **saúde pública**, pois *cédulas e moedas circulando de mão em mão aumentam a propagação do vírus.*

Os maiores varejistas americanos já demitiram mais de 1 milhão de pessoas e devem reempregar somente 85% destes no fim da crise. 4 Isto é, algumas funções deixarão de existir neste “novo mundo”, no nosso caso, uma destas funções será a de “cobrador”.

Precisa resolver algum problema no seu bilhete? Faça sua solicitação online do serviço através do app!



5 - USAR O APP PARA A RECARGA DE CRÉDITOS E ATENDIMENTO DIGITAL

Incentivo a utilização do APP para recarga do Cartão Transporte e também para o atendimento digital. Em São Paulo, por exemplo, de uma vez que todos os postos de atendimento do Bilhete Único estão fechados, o App CittaMobi está fazendo o respectivo “atendimento digital” para a SpTrans. Esta será uma tendência doravante, portanto os serviços prestados e a quantidade e tamanho das lojas e dos pontos de atendimentos, deverão ser repensados.

<https://mobilidade.estadao.com.br/mobilidade-para-que/app-localiza-unidades-de-saude-em-sp/>

COVID-19
Coronavírus

AGORA NO
TRANSPORTE
PÚBLICO:

MAIS INFORMAÇÕES, CONSULTE:
www.coronavirus.es.gov.br



Mantenha distância
de 1,5m nas filas de
acesso e embarque.

GVBUS

Divisão das Empresas de Transporte
Metropolitano da Grande Vitória
0800 028 1810

CETURBES

GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Mobilidade
e Infraestrutura
Secretaria da Saúde



É obrigatório o
uso de máscara.



Pagamento
somente com
seu cartão GV.



Colabore.
Somente
passageiros
sentados.

MODOS DE COMUNICAÇÃO

Algumas cidades começaram a comunicar os pontos destacados acima, através de:

Adesivos no vidro dianteiro, nas portas laterais e cartaz A3 dentro dos ônibus:



CORONAVÍRUS / COVID-19

Cuidados para
mover sua vida
com segurança.



NO TRANSPORTE COLETIVO
SIGA ESTES PROCEDIMENTOS



Mantenha
distância de
1,5m nas filas
de acesso e
embarques.



É obrigatório
o uso de
máscara.



Pague sua
passagem com
cartão TRI. Evite
o uso de cédulas
e moedas.

tri
Transporte
Integrado

ATP
ASSOCIAÇÃO DOS TRANSPORTADORES
DE PASSAGEIROS

Adesivos no vidro dianteiro, nas portas laterais e
cartaz A3 dentro dos ônibus:



**CORONAVÍRUS
COVID-19**



É obrigatório
uso de máscara.

**CUIDADOS NO
TRANSPORTE
PÚBLICO**



Mantenha distância
de 1,5 metro nas filas
e embarques.



guarupass.com.br
facebook.com/guarupass



Utilize o Bilhete Único
e evite a circulação de
cédulas e moedas.



Faça a recarga do seu
cartão pelos APP's
Guarupag e CittaMobi

**Adesivos no vidro dianteiro, nas portas laterais e
cartaz A3 dentro dos ônibus:**





Comunicações nos Terminais:



EM GUARULHOS, O TRANSPORTE COLETIVO



NOVO CORONAVÍRUS COVID-19

PRINCIPAIS
SINTOMAS

FEBRE

TOSSE

Se perceber esses sintomas, **informe imediatamente** ao setor responsável. A empresa irá te orientar sobre como agir e quais as medidas que você deverá tomar.

E não se esqueça: lave sempre as mãos

Mídias Sociais (post, vídeos):



PARA SUA PROTEÇÃO
USE SEMPRE MÁSCARA
NO TRANSPORTE COLETIVO

Aumente ainda mais
sua proteção usando o
Cartão Tri no ônibus
ao invés de dinheiro.



Seus créditos
viajando na
velocidade que
você precisa.

Recarga Expressa



Recargas disponíveis
em até 30 minutos*
para uso nos ônibus.

No crédito ou débito,
Tri Passagem Antecipada e Escolar.

A segurança
também aumentou.
A partir de agora, cancelamentos
por perda ou furto também são
efetivados em até 30 minutos*.

* Sujeito a comunicação com a rede 3G do ônibus.





Via APP (push notification, banners, splash):

Vamos vencer o coronavírus.

Ao utilizar o transporte público, use máscara.

SUT
DUDEMA

A banner with a blue and white background. On the left is a stylized blue coronavirus icon. The text is in blue and black. On the right is the SUT logo, which consists of the letters 'SUT' in a stylized blue font with a white outline, and 'DUDEMA' in a smaller blue font below it.

17:02

O **Bilhete Único** é mais seguro!

GUARUPASS
Lixeira seca de ponto a ponto

A screenshot of a mobile app. The background is dark blue. At the top, the time is 17:02. The main text is 'O Bilhete Único é mais seguro!' in yellow and white. Below this is an illustration of a hand holding a red and white 'Bilhete Único' card, with a green checkmark in a circle next to it. Below that is an illustration of a hand holding a stack of money, with a red 'X' in a circle next to it. At the bottom is the 'GUARUPASS' logo, which includes a stylized 'G' and the text 'GUARUPASS' and 'Lixeira seca de ponto a ponto'.

Vamos vencer o coronavírus.

Nos terminais, mantenha distância de pelo menos 1 metro de outras pessoas.

SUT
DUDEMA

A banner with a blue and white background. On the left is a stylized blue coronavirus icon. The text is in blue and black. Below the text is an icon showing two stylized human figures with a double-headed arrow between them labeled '1m', indicating social distancing. At the bottom is the SUT logo, which consists of the letters 'SUT' in a stylized blue font with a white outline, and 'DUDEMA' in a smaller blue font below it.

Mídia impressa local (jornais, revistas etc.)



NÃO DÊ PASSAGEM PARA O
CORONAVÍRUS

Para
sua proteção use
sempre máscara
no transporte
coletivo.



 facebook.com/guarupass
www.guarupass.com.br

 **GUARUPASS**
evento você de ponto a ponto

Campanhas de incentivo ao uso de máscaras pelos passageiros no transporte público:



Prezado colaborador

Seja voluntário e nos ajude na confecção de máscaras de pano!

Come posso ajudar?

Se você tem interesse e facilidade com costura, se inscreva através dos telefones:
(11) 4084-9059 ou (11) 94485-9699

O tecido para confecção será fornecido pela empresa.

BR7 NO COMBATE AO CORONAVÍRUS

An illustration of a woman with brown hair, wearing a blue shirt, sitting at a sewing machine. She is surrounded by various sewing tools like scissors, a needle, and thread. There are also several finished fabric masks on the table.

Campanhas de incentivo ao uso de máscaras pelos passageiros no transporte público:





RETORNO DOS COLABORADORES AO TRABALHO

O momento de isolamento social impôs a muitas empresas políticas de teletrabalho (*home office*), férias coletivas, afastamentos, etc.. No entanto, os colaboradores começarão a retornar ao trabalho. Esta é a hora de ter um olhar atento à comunicação, para que este movimento seja realizado com segurança e transparência, transmitindo tranquilidade e preocupação com a saúde de todos.

O texto abaixo foi elaborado pelo *Grupo Printer Comunicação*, em forma de 5 importantes perguntas:



Chegou a hora de voltar ao trabalho. E agora?

- O medo de voltar a ter interação social no trabalho é natural. Minimize-o com informação acessível e atitudes concretas. Vale ressaltar que manter um fluxo constante de informações, pelos canais oficiais é fundamental, pois a empresa passa credibilidade aos colaboradores e os mantém calmos, neste momento.

- Explique, antes de o colaborador retornar ao trabalho, o que a empresa está fazendo para que a sua atividade seja executada com segurança. Por exemplo: serão distribuídas máscaras, os postos de trabalho foram afastados, a temperatura será medida na entrada, instalação de pontos de higienização de mãos em pontos estratégicos da empresa etc.

- Utilize canais que sejam amigáveis a sua força de trabalho. O e-mail marketing e cartazes são eficazes, mas por que não gravar um vídeo e distribuir pelo WhatsApp? Será que não é momento de fazer um podcast convidando um especialista que tranquilize seu time? A criatividade é amiga da comunicação neste momento.



- Atenção à linguagem: em comunicados oficiais, principalmente os gravados em vídeo ou áudio, a tendência é que o porta voz os faça de maneira mais formal. No entanto, a formalidade, neste momento, pode não ser amiga da boa comunicação.

- Cuidado com as palavras ditas e escritas. Procure sempre ser positivo e escolher mensagens estimulantes e encorajadoras. É hora de construir e o time precisa estar em sintonia.

- Atenção aos terceiros. Não adianta sua equipe estar muito bem informada e os terceiros não. Estenda sua comunicação a todos que transitarem pela empresa.

- Este é o momento também de criar mensagens que possam ser compartilhadas dentro de casa. Além de um gesto de responsabilidade social, é uma maneira do colaborador se sentir acolhido, sabendo que o seu empregador se preocupa com a sua família.

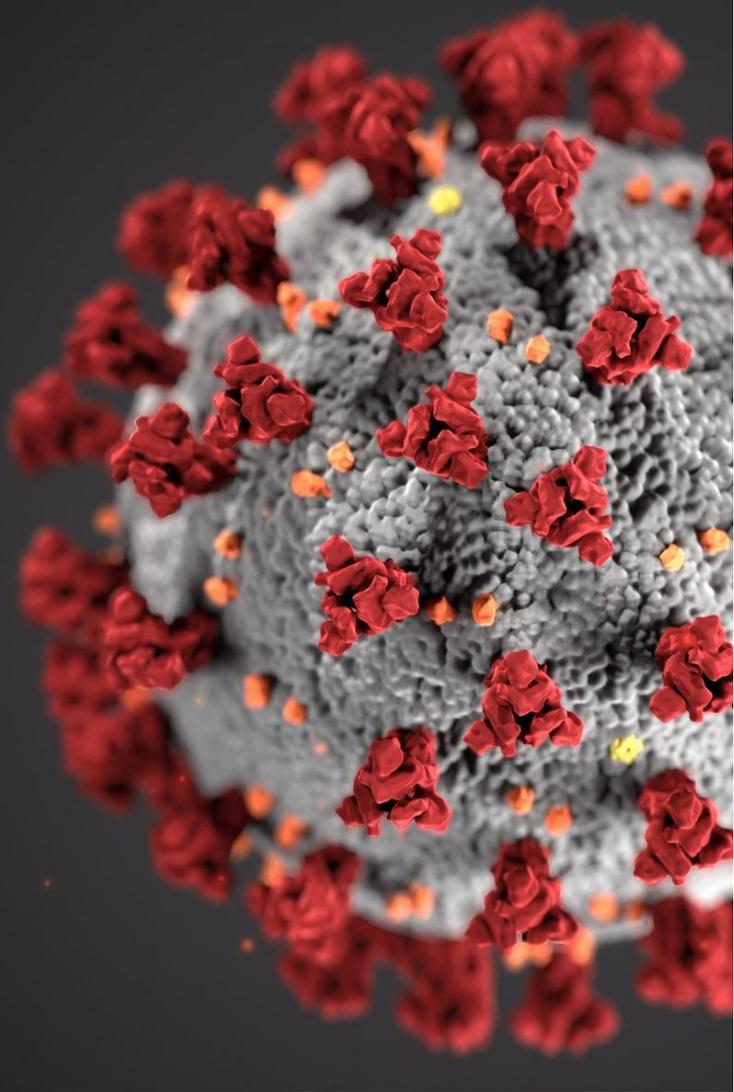
- A palavra do Presidente é muito importante, pois mostra o cuidado da empresa em todos os níveis. Esta é novamente uma boa hora de explorar vídeos e áudios, pois cria uma proximidade maior.



- Escute! As pessoas estão vulneráveis e muitas vezes precisam falar. Crie canais de ouvidoria e oriente a liderança a escutar com empatia. Deste gesto também podem sair boas ideias.

- Esta é a hora de melhorar também a comunicação entre a liderança. Por que não haver canais exclusivos de comunicação entre os líderes?

- Não esqueça da parcela da equipe que pode estar trabalhando remotamente ainda. A inclua em todas as iniciativas que estão sendo realizadas nas unidades da empresa.



Infelizmente um funcionário faleceu em decorrência da Covi-19. Como agir?

- A comunicação interna deve ser transparente e rápida, a fim de evitar ruídos e notícias falsas que gerem pânico entre os outros colaboradores.
- O apoio à família e aos colegas de trabalho mais próximos também é fundamental.
- Mais uma vez, a liderança deve estar preparada para lidar com as emoções que envolvem esta situação, e agir a fim de minimizar o pânico e preservar a saúde de todos.
- Este é um assunto que pode despertar a atenção da mídia. Portanto, a comunicação externa também deve ser ágil e efetiva, mas preservando a privacidade da família e o momento.



O que deve estar pronto antes das equipes voltarem ao trabalho?

- Comunicados: que podem ser produzidos em forma de texto, vídeo ou áudio.
- Manual de conduta em redes sociais: este período de isolamento aproximou as pessoas ainda mais dos canais digitais. Não custa nada lembrá-los sobre as políticas da empresa com relação à divulgação das atividades dentro da empresa.
- Manual de conduta para a liderança: como mencionado acima, prepare sua liderança para lidar com os colaboradores neste momento.
- Manual de conduta do RH sobre como lidar com possíveis funcionários infectados nas questões trabalhistas (atestado médico, afastamento, banco de horas, remuneração reduzida ou não etc.)
- Treinamentos de comunicação.



Sugestões de assuntos que você pode usar com seus colaboradores

- A importância de manter boas condutas de higiene. Uma das formas para reforçar as questões de higiene seria criar layouts para colocar em lugares de circulação comum, como banheiros, refeitórios etc. É uma maneira de manter a memória do colaborador sempre ativa e engajada nas questões de higienização.
- Ensinar os colaboradores a fazerem uma autoanálise de possíveis sintomas da COVID-19 e informar a empresa imediatamente se algo não estiver normal.
- Conduta para recebimento de visitantes na empresa.
- Lavagem das mãos ao chegar, antes e após o almoço, na hora do intervalo e na saída.
- Para as áreas administrativas, incentivar uma ação colaborativa, para que os colaboradores limpem a sua estação de trabalho: mesa, telefone e objetos.



- Redobrar a atenção com a limpeza de locais como elevadores, corrimão, catracas etc.

- Fazer da ferramenta de videoconferência uma prática para restringir contato físico, mesmo estando na empresa.

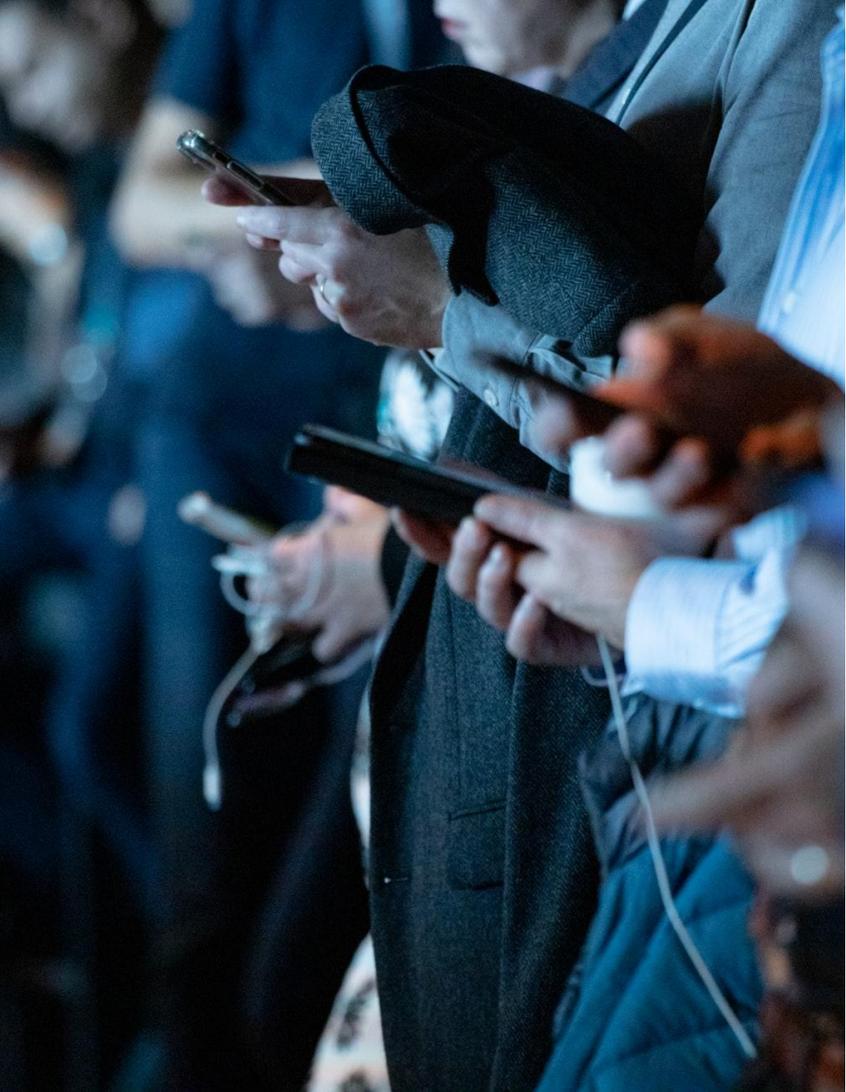
- Hábitos saudáveis de alimentação, atividade física etc. Para auxiliar a saúde dos colaboradores, a empresa pode criar um programa, online, por exemplo, com palestras com dicas de saúde, como diminuir a ansiedade, tipos de exercícios que podem ser feitos em casa etc.

- Criar uma campanha reforçando que hábitos diferenciados são essenciais nesse momento. Por exemplo, no Brasil temos a cultura das saudações diárias com abraço, beijo e aperto de mão, o que aumenta muito a chance de transmissão. Com uma linguagem leve e bem humorada, mostrar quais são os novos hábitos que podem ser adotados no dia a dia para que possamos ter as saudações, porém, de uma forma segura.



- Se ainda identificar um funcionário infectado, como proceder com o enfermo e os outros para assegurar que o contágio não se alastre dentro da empresa. No entanto, fique atento para não repassar nenhum tipo de informação médica, sem antes assegurar-se sobre sua origem. Fake News, nesta situação, seria como a “radio peão”, causando mais pânico entre os colaboradores.

- Para os funcionários que utilizam transporte público, reforçar quais os cuidados devem continuar no dia a dia, como evitar levar as mãos ao rosto, após segurar nas barras dentro dos ônibus, por exemplo. Outra dica seria avaliar procedimento e comunicar a escala de horário alternativo para evitar transporte público em horários de pico e, conseqüentemente, evitar contaminação.



E a comunicação externa?

- É de responsabilidade da empresa manter a sociedade informada sobre suas atividades também. Principalmente as localizadas em pequenas cidades, que podem chamar a atenção da comunidade, que também está fragilizada e amedrontada.
- Mapear os públicos externos mais importantes e ter um comunicado para cada um deles. Clientes, fornecedores, sindicato, governo, comunidade, imprensa, entre outros.
- Mantenha comunicados para o público externo prontos e pré-aprovados. Agilidade é importante.
- Tenha em mãos também um Q&A para responder aos mais diversos questionamentos da sociedade. O alinhamento do discurso é fundamental.
- Monitore redes sociais e imprensa. Acompanhar o tom da exposição da sua empresa é essencial para direcionar o discurso e forma de divulgá-lo.



- Treinamento é muito importante neste momento. Mais uma vez, as pessoas estão sensibilizadas e super atentas a notícias e redes sociais. Uma mensagem transmitida sem cuidado, pode causar uma crise de imagem.
- Mantenha o comitê de crise ativo e os materiais de crise atualizados. O momento é de incertezas e, conseqüentemente, de potenciais crises.
- Estar bem informado sobre as notícias do mercado.
- Ações sociais e de apoio ao combate da doença são ótimos temas para gerar notícias positivas. Apenas avalie junto ao seu time de comunicação e agência o melhor tom, para a informação agregar à imagem da marca.
- Possíveis demissões chamam a atenção da imprensa. Portanto, a empresa deve definir sua linha de comunicação neste caso e mais uma vez ser transparente e ágil.



REFERÊNCIAS

1. *Outbreak Communication Challenges when Misinformation Spreads on Social Media.* / Vijaykumar, Santosh; Jin, Yan; Pagliari, Claudia. In: *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde (RECIIS)*, 28.03.2019.
2. *Insights da live do Silvio Meira e Cesear e da live do Divesh Makan da Iconic*, 2020.
3. *Protocolo de Prevenção Contra a COVID-19 no Transporte Público Coletivo Por Ônibus.* / Associação Nacional de Empresas de Transportes Urbanos (NTU), 2020.
4. *Ibid., Insights da live do Silvio Meira e Cesear e da live do Divesh Makan da Iconic*, 2020.
5. *Manual de Comunicação – Coronavírus (covid-19) Edição 2 – Grupo Printer Comunicação*, 2020.

ROBERTO
SGANZERLA



ROBERTO SGANZERLA
Especialista em Marketing de
Transportes e Mobilidade Urbana

*Mestrado em Liderança pela Andrews
University - Berrien Springs, MI – USA*
MBA em Gestão de Negócios e Liderança
Pós-Graduação em Marketing