

Esta ação foi apoiada pelo Programa:

PRESENTE E FUTURO EM
movimento

Parceria:



Baobá
FUNDO PARA EQUIDADE RACIAL

mo
>ver
2016-2017
Programa de
Tecnologia
Juvenil

Plano de Comunicação

ponto digital fotografia preta



Ponto Digital
fotografia preta



**CASA DE CULTURA
ESPORTE E CIDADANIA**
D O N A J O A N A

Plano de Comunicação

**“Aperfeiçoar a Comunicação
Institucional”**

**AGUA FRIA (BA)
ANO 2023**

EQUIPE DE TRABALHO

Elaboração e finalização

JONATHAN NUNES DE ALMEIDA
Consultor de Comunicação

Colaboração e acompanhamento

JIRLANIA DOS SANTOS ALMEIDA
Diretora Geral da Organização
Coordenadora Geral do Ponto Digital

ARISTANAN PINTO N DA SILVA
Consultor
Coordenador de Avaliação e
Acompanhamento do Ponto Digital

EMERSON ALMEIDA DOS S SOUSA
Coordenador Pedagógico

Sumário

INTRODUÇÃO	5
INICIATIVAS DA ORGANIZAÇÃO	6
OBJETIVO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	9
ANÁLISE DO AMBIENTE.....	10
PLANO DE TRABALHO.....	12
MENSURAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS	21
GESTÃO DE CRISES DE COMUNICAÇÃO	22
PERÍODO DE ELABORAÇÃO E SISTEMATIZAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	23
CONCLUSÃO.....	24

INTRODUÇÃO

O presente Plano de Comunicação interno tem como objetivo **“Aperfeiçoar a Comunicação Institucional”**, apresentando ferramentas estratégicas de comunicação e melhorias dos veículos já existentes, que possam ser utilizados pela Casa de Cultura Esporte e Cidadania Dona Joana, no intuito de reforçar a gestão interna e externa, e intensificar as informações passadas aos colaboradores.

Os analistas de comunicação exercem várias direções de acordo com os objetivos que a organização pretende alcançar. São capacitados a criar e administrar ações que se adequem a todos os stakeholders, assim contratamos um serviço específico para esta construção e gerar um plano coeso – eficaz para a instituição.

Os profissionais da área ainda realizam e gerenciam a produção e diagramação de panfletos, banners, cobertura de eventos, redação e publicação de matérias, revisão de textos, além de participar efetivamente da coordenação de projetos e ações de comunicação desenvolvidas pela instituição.

A consciência de um especialista em comunicação nas organizações, fez com que instituições públicas e privadas criassem planos de ação que visam informar melhor seu público, como o nosso Plano de Comunicação.

Destacamos nesse plano, também as iniciativas pontuais da instituição, para que tenha uma dinâmica institucional de potencialização e visibilidade na comunicação.

Assim, não se trata de fazer propaganda da organização, pois sua própria existência já a torna imprescindível para a filantropia. Trata-se, sim, fundamentalmente, de tornar pública sua atuação, dar publicidade aos atos, decisões, programas e ações, por respeito e compromisso com aqueles que nela atuam, dela dependem ou com ela se relacionam.

INICIATIVAS DA ORGANIZAÇÃO

Sobre a Instituição

A **Casa de Cultura, Esporte e Cidadania Dona Joana**, fundada em 2010 e formalizada em 2012, é uma instituição filantrópica de direito privado e sem fins lucrativos, CNPJ nº 17.278.238/0001-86, certificada com o título de utilidade pública municipal. Tem a missão de fomentar a cultura e a arte como ponte de democratização, acesso e construção da cidadania no município de Agua Fria (Ba). Possui sede na Rua Nova SN – Distrito de Pataiba e já tem mais de 10 anos de atuação na cultura transversalizando com direitos humanos, educação e tecnologia, cidadania e economia criativa. Entre esse tempo de atuação citamos nossas iniciativas:

São elas

Ponto Digital Fotografia Preta

Otimizar ações na área de tecnologia da informação (EDUCAÇÃO EM TECNOLOGIA), ofertando curso profissionalizante de informática para iniciantes juntamente com os cursos complementares – pré-vestibular e inglês instrumental. Além, de realizar atividades voltadas a empregabilidade e combate ao racismo.

Ponto de Cultura Cordel dos Encantos

Fomentar / incentivar a cultura e práticas em linguagens artísticas voltadas para a potencialização da cidadania, democracia cultural e identidade (Certificado como Ponto de Cultura – MINC /Rede de Pontos de Cultura/ Cultura Viva). A esta iniciativa está vinculada, o Pontinho de Cultura – Edital de Pontinhos de Cultura da Bahia 2012 / SECULT, voltada para a cultura da infância.

Ponto de Leitura Cordel dos Encantos (Biblioteca Comunitária)

Fomentar a leitura como diluição do analfabetismo literário e defesa do livro no município de Água Fria (BA). E também consolidar parcerias com espaços comunitários, privados e espaços públicos para o desenvolvimento de ações e atividades com foco no acesso cultural e ensino-aprendizagem livre (Cadastrado na rede de Bibliotecas Públicas, Comunitárias e Pontos de Leitura da Fundação Pedro Calmon).

Ponto de Memória “Escrevendo Minha História e Saberes

Iniciativa de museologia social e museu comunitário com ações prioritárias com o olhar na salvaguarda e na preservação da memória local com educação patrimonial, atividades culturais e laboratórios formativos.

Festival de Dança de Pataíba - FEDAP

O FEDAP é um espaço para intercâmbio, fortalecimento e visibilidade da linguagem artística,

a dança, no município de Agua Fria (Ba) com recorte na zona distrital de Pataíba.

Arrastão Cultural e/ou Arrastão Folclórico

Movimento que valoriza e potencializa a cultura popular e as manifestações folclóricas em todas as dimensões e diversidade.

Promessas “Formação e qualificação de teatro”

É uma ação formativa e de capacitação em teatro, que promove intercambio, criação e circulação artística no interior da Bahia.

Fórum Popular de Mulheres Aguiareense

O fórum é um órgão deliberativo/consultivo, vinculado a Casa de Cultura Dona Joana, na área dos direitos da mulher e fomento para efetivação das políticas afirmativas para as mulheres, com foco na diluição de vulnerabilidades sociais e violências.

Café, Música e Poesia

Utilização de espaço livre, a exemplo de praças, com foco no desenvolvimento de intercâmbios artísticos e criações poéticas, visando o protagonismo da juventude na literatura e leitura no município de Agua Fria (Ba).

Participação Social

Rede de Pontinhos de Cultura da Bahia, Rede de Museus Comunitários do Nordeste, Movimento de Cultura de Água Fria.

OBJETIVO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Visão geral da organização e seus objetivos

Prever o desenvolvimento de estratégias em comunicação, eficazes, na promoção da visibilidade e da motivação institucional na organização com sua oferta de serviços, aumentando o engajamento do público-alvo e dos stakeholders.

Público-alvo e stakeholders (pessoas interessadas)

Pretendemos com a efetivação do plano, em sua totalidade, identificar e descrever os diferentes públicos-alvo e partes interessadas que se relacionam com a organização, como colaboradores, voluntários, parceiros, comunidade local, imprensa, doadores e órgãos comunitários.

Missão

Criar e implementar políticas e estratégias de comunicação com o objetivo de informar, trabalhar a imagem da instituição perante seu público interno e externo e divulgar suas ações de maneira ágil, eficiente, garantindo fluxos de informação organizados, consolidando e ampliando os relacionamentos para facilitar o processo de gestão e o aprimoramento da imagem institucional.

ANÁLISE DO AMBIENTE

Análise SWOT

Forças

A Casa de Cultura Dona Joana possui redes sociais ativas e blog específico para divulgação e comunicação digital;

Em seu quadro de recursos humanos, possui uma equipe voluntária com habilidades para operacionalizar as redes sociais, divulgação e comunicação digital.

Fraquezas

Detém de pouco recurso para investir na área de comunicação e divulgação, e estabelecer o fortalecimento institucional, visando a missão – as atividades – as ações.

Oportunidades

Otimizar o diagnóstico e avaliar a situação da comunicação da organização, analisando os pontos fortes e atrativos;

Identificar as lacunas e melhorar o sistema de comunicação da entidade;

Recentemente a capacitação de recursos para investir no fortalecimento institucional e fortalecimento da instituição através do edital “Educação em Tecnologia Fundo Baobá”.

Ameaças

A falta de planejamento estratégico através de um plano de comunicação, que dê visibilidade a atuação institucional e iniciativas da Casa de Cultura Dona Joana;

A inexistência de pesquisa diagnóstica para compreender a percepção do público sobre a organização, identificando expectativas, demandas e possíveis obstáculos à comunicação efetiva;

Os processos políticos do município que interferem nas ações de filantropia e voluntariado.

Análise dos concorrentes e parceiros

A instituição está como única organização privada e sem fins lucrativos de fomento à cultura no município de Água Fria. E atualmente, inova com a oferta de cursos ligados à tecnologia da informação no município, assim não diagnosticando até o momento ameaças ou concorrências.

Mas, as oportunidades de parcerias são eminentes e visíveis, tais como: escolas públicas, associações, movimentos socioculturais, administração pública, empresas privadas, prestadores de serviços na área de tecnologia da informação, lideranças comunitárias, instituições da área de comunicação, instituição de ensino superior e outros.

Identificação dos canais de comunicação existentes

Perfil do Instagram / Perfil do Facebook / TikTok / Canal no Youtube / Blog / Correio Digital (E-mail) / LinkBio.

PLANO DE TRABALHO

Definição de metas e objetivos de comunicação

- Estabelecimento de metas mensuráveis e realistas;
- Promover os objetivos de curto e longo prazo através da execução desse plano de comunicação, com atividades e ações vinculadas as parcerias e redes sociais;
- Alinhamento dos projetos e iniciativas nas campanhas de divulgação com a missão da organização;
- Aumentar o reconhecimento da marca e a visibilidade da organização em 30% até o final do ano;
- Engajar e reter voluntários, aumentando em 20% o número de participantes nas ações e atividades da organização;
- Captar recursos e parcerias, ampliando em 40% o número de doadores e patrocinadores;
- Qualificar a informação, gerar conhecimento e cuidar do relacionamento da organização com seus interlocutores externos e internos é atender às exigências do mundo contemporâneo.

Identificação de público-alvo

Identificamos como público – alvo deste plano de comunicação é alcançar a interlocução de mensagem sobre a missão e atuação da organização, do projeto em questão (Ponto Digital Fotografia Preta) e os projetos transversais dando um potencial na visibilidade, construindo pontes de comunicação, tanto interno quanto externo. Citamos os públicos:

- I. Comunidade;
- II. Juventudes;
- III. Empresas privadas;
- IV. Instituições públicas – privadas
- V. Movimentos sociais;
- VI.** População em geral, com suas especificidades e diversidades.

Estratégias de comunicação

Desenvolvimento de uma identidade visual consistente e atraente para fortalecer a imagem da organização;

Criação e manutenção de um site institucional atualizado e responsivo, com informações sobre os projetos, eventos e formas de colaboração;

Utilização das **redes sociais** (Facebook, Instagram, LinkBio, Youtube, TikTok, Blog, Correio Eletrônico - e-mail etc.) para compartilhar conteúdo relevante, promover eventos e estabelecer um diálogo mais próximo com o público;

Elaboração de um plano de assessoria de imprensa para divulgar as atividades e conquistas da organização por meio de comunicados à imprensa, releases e entrevistas;

Criar campanha específica sobre a missão, a visão e os valores, a ser veiculada em mídias internas, externas, espaços públicos e espaços de atendimento interno, programas e eventos institucionais;

Estabelecimento de **parcerias** estratégicas com outras organizações, empresas e colaboradores de influência para amplificar a mensagem e o alcance na visibilidade organização;

Definição de **orçamento**

e recursos necessários para destinar
ao fortalecimento da comunicação;

Diagnosticar **Indicadores** de desempenho para
acompanhar o avanço e o progresso do plano de
comunicação, com foco no fortalecimento institucional.

Potencializar nos materiais de
mídias a **identidade visual**
da instituição com seus elementos e
pilares atemporal.

Internalizar a cultura da interação com o público-alvo, vitais ao
processo de **sustentabilidade institucional**,
apoiando a comunicação direta dos gestores com as equipes e a
comunicação dirigida, ampliando os espaços de interlocução e de
participação interna e, assim, sedimentar os valores da instituição na
comunidade externa.

Identidade Visual - ID

ID – da Casa de Cultura Dona Joana



**CASA DE CULTURA
ESPORTE E CIDADANIA**
D O N A J O A N A

ID – do Ponto Digital Fotografia Preta



Ponto Digital
fotografia preta

Plano de ação

Cronograma das atividades de comunicação

Atividade /Ação	Descrição	Período	Responsável
1.Campanha de mídia institucional	Criação de cartões comemorativos a serem entregues aos membros e colaboradores: Comemoração de datas, homenagens (aniversário, dia das mães, dia dos pais, estações do ano “aqui poderia pedir para as crianças desenharem”, natal, dia do trabalhador e etc.). O envio dos cartões pode ser feito via e-mail ou impressos em formato de “cartão postal”, tendo a oportunidade de enviar para amigos, familiares, etc. o que, automaticamente, amplia a divulgação da marca da Casa de Cultura	Semanal	Comunicação
2. Revista Institucional	Com 8 a 10 páginas para nossos colaboradores e stakeholders. A intenção é estreitar a participação das pessoas aproximando e incentivando a comunidade. A revista teria um conteúdo mais informativo, interativo e social, com matérias sobre nossas ações, entrevistas com membros da casa, etc. Tornando um veículo social permanente junto à comunidade e colaboradores. Uma sugestão para a distribuição seria de forma digital por meio dos	Trimestral	Comunicação, equipe de trabalho e coordenação de acompanhamento e avaliação

	nossos veículos de comunicação e locais fixos como as sedes dos nossos colaboradores, por exemplo.		
3. Registro das atividades e ações	Realização de registro fotográfico, audiovisual	Diariamente	comunicação
4. Impulsionamento das redes	Geração de serviços de impulsionamento nas publicações das redes sociais	Mensalmente	Direção
5. Identidade Visual	Produzir uma identidade visual das ações/iniciativas se necessário	A definir	Comunicação e Direção
6. Capacitação e qualificação na área de divulgação e comunicação	Promover oficinas ou momentos de capacitação, ofertando estruturas para melhor desenvolver a comunicação da instituição envolvendo a equipe de trabalho e membros	Trimestralmente	Comunicação e Direção
7. Quadro de Avisos	Criar um painel onde deverão ser disponibilizados todos os comunicados, divididos por assuntos, devidamente identificados, organiza o ambiente, padronizando um local de visualização rápida sobre todos os acontecimentos da Instituição.		
8. Site e Blog corporativo	Ferramenta de Comunicação interna e externa, pois, assim com um site, tem a capacidade de potencializar e atingir a todos os principais públicos-alvo de uma organização, seus colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros.		
9. Newsletter digital	Informativo digital		

	destinado aos públicos da organização, periodicidade quinzenal, com chamadas das matérias, assuntos abordados e temas divulgados na Instituição, em um período fixo, para reforçar a leitura e participação de todos os membros e público externo como um todo.		
10. Agenda Anual	A agenda anual se destina a todos os membros da Casa de Cultura, para ser utilizado, exclusivamente, para assuntos tratados na instituição, que padronizará um complemento em reuniões com colaboradores.		

MENSURAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Definir métricas e indicadores de desempenho para avaliar os resultados alcançados, como o aumento na visibilidade da organização, engajamento do público, aumento no número de doadores/voluntários, entre outros. Durante o período de efetivação deste plano de comunicação e plano de ação, mensuramos:

- ✓ Avaliação contínua dos resultados alcançados;
- ✓ Monitoramento de métricas de engajamento e alcance nas redes sociais;
- ✓ Análise de feedback dos públicos-alvo e stakeholders;
- ✓ Ajustes e adaptações das estratégias e táticas de comunicação conforme necessário.

GESTÃO DE CRISES DE COMUNICAÇÃO

Plano de contingência para lidar com possíveis crises;

Identificação de porta-vozes da organização;

Monitoramento constante das mídias sociais e canais de comunicação.

Monitoramento e feedback

Implementar ferramentas de monitoramento e análise para acompanhar a repercussão das ações de comunicação, identificar tendências e feedback do público;

Utilizar essas informações para ajustar as estratégias de comunicação, tornando-as mais efetivas e atendidas às expectativas do público e dos stakeholders.

Revisão e atualização

Revisar periodicamente e atualizar o plano de comunicação, levando em consideração as mudanças no contexto e nas necessidades da organização.

PERÍODO DE ELABORAÇÃO E SISTEMATIZAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Este plano teve o período de elaboração e sistematização, entre 01 a 26 de setembro de 2023, com revisão e finalização em Janeiro de 2024. As atividades e ações, como reuniões e oficinas, para se chegar a este produto final, foram realizadas de forma virtual e presencial, na sede da Casa de Cultura, Esporte e Cultura Dona Joana, situada na Rua Nova - s/n, Distrito de Pataíba, Água Fria-Bahia.

O Plano de Comunicação da Casa de Cultura Dona Joana e do Ponto Digital Fotografia Preta para o quinquênio de 2023-2027, tem como propósito estabelecer as diretrizes e estratégias de comunicação para que a Instituição alcance seu objetivo **“Aperfeiçoar a Comunicação Institucional”** e a visibilidade de sua missão.

CONCLUSÃO

Conforme vimos, grandes ações de comunicação interna podem ser inseridas e complementadas na Casa de Cultura Dona Joana, envolvendo e integrando os membros e colaboradores, priorizando a informação e sua facilidade de acesso.

Todo o trabalho de comunicação, contido neste plano, terá como foco principal a humanização das áreas, visando estreitar a relação da instituição com os membros, os colaboradores, os prestadores de serviço e os usuários, além de envolver a participação da comunidade.

Essa percepção passou a estar traduzida no Plano Estratégico, através do objetivo **“Aperfeiçoar a Comunicação Institucional”**.