

Plano de Comunicação Casa de Apoio Danielle¹

Paulo BRANDÃO²

Janaina ISIDORO³

Indiara FERREIRA⁴

Universidade de Uberaba, Uberaba, MG

RESUMO

Este plano de assessoria de comunicação foi criado em atendimento à Casa de Apoio Danielle, uma instituição filantrópica que atende cerca de 40 pacientes e seus acompanhantes. Gente da região do Triângulo Mineiro que, diariamente, vem a Uberaba (MG) para tratamento médico, em especial, do câncer. A instituição se mantém há 14 anos, sobrevivendo apenas de doações. As estratégias foram então criadas para divulgar a 1ª Galinhada Beneficente da entidade. Trabalho desenvolvido na disciplina Assessoria de Comunicação, durante o sétimo período do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade de Uberaba (Uniube).

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de Comunicação; Casa de Apoio Danielle; Responsabilidade Social; Educomunicação.

1. INTRODUÇÃO

A disciplina Assessoria de Comunicação, ministrada no sétimo período do curso de Jornalismo da Universidade de Uberaba (Uniube), faz uma junção da teoria e a prática com o desenvolvimento do projeto de assessorar uma Organização Não Governamental (ONG) da cidade de Uberaba (MG), durante um semestre. Desde 2007, o projeto é desenvolvido pela professora Indiara Ferreira e atende cerca de 10 ONGs, que são selecionadas de acordo com seu histórico e suas necessidades. Com a listagem das ONGs os alunos devem escolher uma entidade para trabalhar os princípios da assessoria de comunicação, divulgando a entidade com a perspectiva do fortalecimento da imagem da instituição na comunidade.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 10 Projeto de Comunicação integrada (avulso).

² Aluno líder e recém-graduado do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, email: paulorickbrandao@hotmail.com

³ Recém-graduada do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, email: jana.isidoro@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Uniube. Mestre em Educação (Uniube), especialista em Arte e Criatividade, também em Tecnologias Midiáticas (Unifran). Pesquisadora Fapemig. Integrante do Nupentec/Uniube - Educomunicação. email: indiara.ferreira@uniube.br

Como não têm fins lucrativos, dependem de financiamento para sobreviver e muitas dessas entidades sobrevivem com orçamentos bem magros. Ricas ou pobres, elas precisam de assessoria de imprensa cuja a estrutura seguirá o mesmo modelo básico descrito, priorizando as atividades que visem: organizar seu contato com os jornalistas, que é a principal forma de estarem em constante contato com a sociedade; informar seus públicos do que acontece em seu segmento sobretudo porque sobrevivem do financiamento. (DUARTE, 2003, p. 223).

Todo o processo é avaliado pela professora da disciplina no decorrer do semestre conforme cronograma apresentado no primeiro dia de aula. Além de passar pela responsável da disciplina, todo material referente à instituição é aprovado pela presidente da entidade antes de ser divulgado na mídia.

A Casa de Apoio Danielle é uma das ONGs atendidas. Foi fundada no dia 20 de outubro de 2000 por Terezinha Xavier dos Santos. Após a morte da filha Danielle em um acidente de carro, Terezinha conta que recebeu uma mensagem espiritual em que a filha, solicitava, através de mensagem mediúnica, que a instituição fosse criada para amparar aqueles que não possuem condições financeiras para se sustentar durante o tratamento. Nesses 14 anos, a casa atende cerca de 40 pessoas diariamente, que são pacientes e acompanhantes que passam pelo alojamento, vindas de mais de 120 cidades cadastradas. A casa oferece hospedagem, alimentação, assistência social e psicológica. Diariamente, são servidas mais de 120 refeições aos pacientes e acompanhantes alojados na casa. O atendimento oferecido é 100% gratuito. Há apoio financeiro por meio das prefeituras, mas esse benefício custeia apenas as contas da instituição, a manutenção da casa é doada pela comunidade.

Durante o semestre de atendimento e, conforme exige a disciplina, houve uma análise das atividades da instituição e necessidades para a criação de uma série de releases e notas informativas, que foram enviadas como sugestão de pautas para jornais, emissoras de rádio e TV. Segundo Mafei (2007, p. 27), “o assessor não deve ser passivo, mas antecipar cenários que possibilitem a elaboração de um planejamento estratégico de comunicação capaz de gerar uma imagem positiva do assessorado”.

Houve também o abastecimento das redes sociais da Casa de Apoio Danielle e do Blog e criação de um vídeo institucional. Como trabalho final, de acordo com as necessidades da instituição atendida, foi elaborado o Plano de Comunicação, unindo ferramentas do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda e das Relações Públicas.

2. OBJETIVO

O objetivo geral do Plano de Comunicação da Casa de Apoio Danielle foi fortalecer a imagem da instituição na comunidade e divulgar os projetos e necessidades da entidade que necessita do apoio da população para sobreviver. Como objetivos específicos, buscou-se promover a solidariedade, com apoio de voluntários e parceiros; divulgar o evento através das principais mídias de Uberaba; convocar a comunidade para participar do evento; arrecadar recursos para a instituição e conseguir novos parceiros para a Casa de Apoio Danielle.

3. JUSTIFICATIVA

Assim como a maioria das ONGs, a Casa de Apoio Danielle necessita do apoio e solidariedade da população, pois atender tantas pessoas gera um custo mensal alto, fazendo com que o maior problema enfrentado pela instituição seja o financeiro. Apesar da entidade receber apoio da Prefeitura, o dinheiro é destinado ao pagamento de contas fixas da Casa como água, e luz. Então, os custos diários da Casa como café da manhã, almoço, jantar, produtos de higiene pessoal e limpeza são pagos através de doações.

Assim a disciplina de Assessoria de Comunicação da Universidade de Uberaba (Uniube) cumpre seu papel de responsabilidade social e alia os conhecimentos teóricos à prática, sendo que os alunos têm a oportunidade de conhecer como funciona o mercado de trabalho, pois aplicam diferentes estratégias da assessoria de comunicação, alinhando Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Trabalho bem aceito tanto por parte do aluno como dos meios de comunicação, que abrem as portas para divulgar as ações das instituições que necessitam de divulgação para continuar o atendimento.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS

Os métodos e técnicas utilizados no Plano de Assessoria de Comunicação da Casa de Apoio Danielle seguiram o conteúdo teórico ministrado em sala de aula na disciplina, a partir do livro Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia, organizado por Jorge Duarte e o livro Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia, de Maristela Mafei.

Para elaboração do Plano primeiro houve reconhecimento da entidade por meio da elaboração da matriz (ou análise) SWOT (FOFA) – Forças, Franquezas, Oportunidades, Ameaças, do norte-americano Albert Humphrey, primeiramente aplicada em um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford entre as décadas de 1960 e 1970. Partiu-se da observação e análise do cotidiano da casa e do relato dos voluntários e diretores. As forças identificadas foram assistencialismo, credibilidade, seriedade, organização, funcionários

dedicados, convênios com poder público. As oportunidades identificadas foram aumento no número de voluntários, aumento no número de empresas parceiras, comunidade participativa, e maior contato com a mídia. As fraquezas estavam relacionadas à falta de voluntários, falta de divulgação da instituição, falta de contato com a mídia, e falta de contato com a comunidade. Já as ameaças identificadas foram a captação de recursos financeiros, e a falta de voluntários para executar as tarefas.

Com a análise, partimos para a prática. Na vertente de Relações Públicas, buscamos criar um evento que fosse simples, mas atendesse às necessidades da casa. Foi então que surgiu a 1ª Galinhada Beneficente da Casa Danielle, com o objetivo de arrecadar fundos para a instituição e também como uma comemoração do aniversário da entidade.

Como a Casa de Apoio Danielle realizava todos os anos uma comemoração interna do aniversário, pensamos em ampliar o evento para que a instituição tivesse um lucro para custear a festa. Todo o investimento do evento foi orçado e criada uma planilha, com todas as informações relativas aos custos do evento.

Figura 1 – Planilha de investimentos da Galinhada da Casa Danielle

	QUANTIDADES	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Salão		Custo Zero	Custo Zero
Equipe	15 pessoas	Custo Zero	Custo Zero
Músico	Voluntário	Custo Zero	Custo Zero
Brindes do bingo e roleta	Doação de lojas e parceiros	Custo Zero	Custo Zero
Mesas e cadeiras	50 jogos	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Pratos	250	R\$ 13,90 – 100 und	R\$ 34,75
Garfos	250	R\$ 2,50 – 50 und	R\$ 12,50
Copos	300	R\$ 5 – 100 und	R\$ 17,70
Arroz	20kg	R\$ 12,00	R\$ 48,00
Frango	15kg	R\$ 5,50	R\$ 82,50
Milho	3 latas de 5kg	R\$ 9,00	R\$ 27,00
Tomate	6kg	R\$ 3,49	R\$ 20,94
Cebola	2kg	R\$ 1,29	R\$ 2,58
Pimentão	2kg	R\$ 2,80	R\$ 5,60
Vinagre	1litro	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Óleo	3 litros	R\$ 2,69	R\$ 8,07
Sal	1kg	R\$ 1,60	R\$ 1,60
Alho	500g	R\$ 6,80	R\$ 6,80
Feijão	10kg	R\$ 4,90	R\$ 49,00
Farinha	4kg	R\$ 3,50	R\$ 14,00
INVESTIMENTO:			R\$ 634,54

Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

Analisando a dificuldade financeira da casa, partiu-se para a elaboração das cotas para patrocinadores específicas para viabilizar o evento. A proposta seria que os apoiadores tivessem suas logomarcas veiculadas nas peças de divulgação do evento.

Figura 2 – Planilha de investimentos da Galinhada da Casa Danielle

COTA	CORRESPONDENTE	VALOR
OURO	Logo nos panfletos, cartazes, citação como apoiador no release, logo blog, redes sociais e anúncios.	R\$3184,54 (Único patrocinador)
PRATA	Logo nos cartazes, citação como apoiador no release, logo nas redes sociais e blog.	R\$1592,27(Dois patrocinadores)
BRONZE	Logo nos cartazes e redes sociais.	R\$637 (Cinco patrocinadores)

Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

O evento contou com a participação voluntária do músico João Kamilion, para animar os convidados. O preço do convite foi estipulado em R\$20, com direito à entrada no evento, mais buffet de galinhada, com tutu e vinagrete. A bebida não estava incluída, assim como os jogos: bingo e roleta. Os brindes para jogos foram doados por parceiros e também pelos voluntários.

Na área do Jornalismo, além dos tradicionais releases, notas e sugestões de pauta, foi elaborado um house organ, ou seja, o jornal da Casa Danielle. O produto geralmente é concebido para divulgar os fatos e as realizações da empresa ou entidade e pode assumir diferentes configurações, dependendo do público a que se destina. Este jornal informativo trouxe em destaque a reforma da instituição custeada por uma ONG mundial – a Pró-vida, além de notícias recentes da casa, como divulgação do bazar semanal, dicas de como se tornar voluntário entre outras.

Figura 3 – Arte house organ da Casa de Apoio Danielle



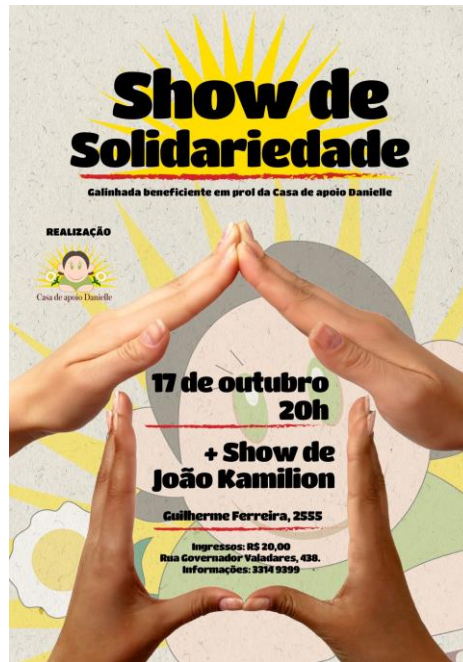
Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

Outra ferramenta foi a alimentação do Blog. A página online para divulgação da Casa Danielle e ações específicas já existia, em razão dos alunos antigos da disciplina e do trabalho todo do semestre. A divulgação também foi pensada para as redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter), onde eram realizadas postagens diárias sobre a casa e seus eventos.

Optamos também por criar um Press Kit, que foi uma caixa de madeira com a logo da Casa Danielle, contendo um conjunto de informações. Ele foi composto com dois convites do evento e o release para envio aos jornalistas dos principais veículos da cidade.

Na vertente da Publicidade e Propaganda, elaboramos anúncios de 1/8 de página, que tiveram como objetivo divulgar a 1ª Galinhada Beneficente da Casa Danielle, com as principais informações do evento. Também pensamos em peças gráficas, de fácil pulverização com o apoio dos voluntários, foram elaborados panfletos e cartazes para distribuição em pontos estratégicos.

Figura 4 – Arte do panfleto e do anúncio da Galinhada



Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

Teve ainda o spot que foi criado com o intuito de ser veiculado nas rádios da cidade por meio de uma ação sem custos. O spot sobre a 1ª Galinhada seguiu a referência de comemoração do aniversário da Casa de Apoio Danielle. Convidando o ouvinte para comemorar com a entidade.

Figura 5 – Spot 1ª Galinhada Beneficente da Casa de Apoio Danielle

SPOT – 30”

LOC: COMEMORE COM A CASA DE APOIO DANIELLE. NO DIA 17 DE OUTUBRO, ACONTECE 1ª GALINHADA BENEFICENTE EM COMEMORAÇÃO AOS 15 ANOS DA INSTITUIÇÃO, COM MÚSICA AO VIVO, BINGO E ROLETA. A FESTA ACONTECE NO SALÃO DE FESTA, QUE FICA NA GUILHERME FERREIRA, 2555. PARTICIPE DESTA MOMENTO ESPECIAL COM A CASA DANIELLE. ADQUIRA O CONVITE NA SEDE DA ENTIDADE, NA RUA GOVERNADOR VALADARES, 438. INFORMAÇÕES: (34) 3314-9399 - CASA DE APOIO DANIELLE.

Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

Para finalizar o Plano de Comunicação criado para a Casa de Apoio Danielle, houve criação de um vídeo promocional da Casa para mostrar um dos trabalhos que a instituição realiza.

Figura 6 – Roteiro do Vídeo Institucional da Casa de Apoio Danielle

ROTEIRO VÍDEO

Roteiro Técnico

CLIENTE: Casa de Apoio Danielle

PRODUTO: Promocional

MATERIAL: VT

TÍTULO: Casa de Apoio Daniele ajuda mulheres na luta contra o câncer

DURAÇÃO: 30"

LOCUÇÃO: perfil: voz feminina, jovial, com tom melancólico e depois motivador.

TRILHA: perfil: lenta, triste que acompanhe a evolução do VT, que remeta a fase que a mulher esta vivendo.

ROTEIRO: Janaína Isidoro e Paulo Brandão

DIREÇÃO: Janaína Isidoro e Paulo Brandão

DATA: 17/05/2014

NO QUARTO A CENA EM PRETO E BRANCO	
<p>CENA 1 – INT./TARDE OU NOITE/ QUARTO</p> <p>Em um quarto será mostrado uma mulher de aproximadamente 35 anos ou mais com os olhos baixos demonstrando muita tristeza. Ela se sente feia e tem a autoestima baixa.</p> <p>Mostra a rotina da mulher em seu quarto de frente ao espelho se sentindo pra baixo e feia. Ela está mal arrumada, com o cabelo bagunçado.</p> <p>AUDIO: Trilha do Filme <u>Forrest gump</u>.</p>	
VIDEO	AUDIO
<p>1 – PLANO DETALHE/PRETO E BRANCO</p> <p>Mostrar o rosto da mulher e ela com os olhos baixos</p> <p>CORTE SECO</p> <p>2 – PLANO GERAL</p> <p>Câmera mostra ela de frente ao espelho, com semblante triste, cabelo mau arrumado, sem maquiagem com a mão em um dos seios, ela abaixa a cabeça e coloca a mão no rosto.</p> <p>CORTE SECO</p> <p>3– PLANO DETALHE</p> <p>Mostra ela abrindo o <u>instagram/facebook</u> da Casa de Apoio Danielle em uma imagem das próteses mamárias.</p>	<p>TÉC. TRILHA 1 – Tema do filme <u>forrest Gump</u> ao fundo</p>
CORTE SECO	
CASA DANIELLE	
<p>CENA 2 – Ext. CASA DE APOIO DANIELLE</p>	
VIDEO	AUDIO
<p>4 – GRANDE PLANO GERAL</p> <p>Mostrar a mulher de frente a Casa de Apoio Danielle</p> <p>5- PLANO DETALHE</p> <p>Mostra ela abrindo o portão da ONG</p>	<p>TÉC. TRILHA 1 – Continua a trilha <u>forrest gump</u></p>
ESCRITORIO CASA DANIELLE	
<p>CENA 3 – INTER. CASA DE APOIO DANIELLE</p>	
VIDEO	AUDIO
<p>6- PLANO MEDIO</p> <p>A presidente da ONG entrega a prótese mamária</p> <ul style="list-style-type: none"> • A IMAGEM VAI FICANDO COLORIDA 	<p>TÉC. TRILHA 1 – Continua a trilha <u>forrest gump</u></p>
NO QUARTO	
<p>CENA 4 – INTER. DIA. QUARTO</p>	
VIDEO	AUDIO
<p>MOSTRA ELA SE ARRUMANDO, BEM VESTIDA, CABELO ARRUMADO E PASSANDO BATOM NOS LABIOS, EMPOLGADA EM FRENTE AO ESPELHO</p> <ul style="list-style-type: none"> • A IMAGEM VAI FICANDO CADA VEZ MAIS COLORIDA 	<p>TÉC. TRILHA 1 – Continua a trilha <u>forrest gump</u></p> <p>NARRADORA: CASA DE APOIO DANIELLE AJUDA AS MULHERES A ENFRENTAR O CÂNCER COM MAIS AUTOESTIMA, DIGNIDADE, E FORÇA DE VONTADE.</p>

Fonte: Plano de comunicação Casa Danielle

Elaboradas todas as ações planejadas, todo material foi entregue para a Casa de Apoio Danielle que seria a responsável pela execução do evento, uma vez que o semestre que é desenvolvido a disciplina foi finalizada por este grupo de atendimento.

CONSIDERAÇÕES

Produzir o Plano de Assessoria de Comunicação da Casa Danielle foi colocar todo o aprendizado teórico na prática, o que nos preparou para o mercado de trabalho. Conhecer outra realidade e entrar em contato com vivências diferentes contribuíram tanto com o crescimento profissional, quanto com o pessoal. Outro ponto importante foi trabalhar as três áreas que é o Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, o que traz mais experiência e estímulos para continuarmos nos aperfeiçoando neste complexo mercado da Comunicação.

REFERÊNCIAS

DUARTE, J. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2003.

MAFEI, M. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.