

PLANO DE COMUNICAÇÃO ANUAL

INSTITUCIONAL FdR



SUMÁRIO

1.0 APRESENTAÇÃO	02
2.0 PROPOSTA DE VALOR FdR	02
3.0 ESCOPO DE TRABALHO E TIME DE COMUNICAÇÃO	03
4.0 PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO	03
5.0 PÚBLICOS	04
6.0 APLICAÇÃO DE MARCAS DE PATROCINADORES E APOIADORES	04
7.0 CRONOGRAMA ANUAL DE COMUNICAÇÃO	05
8.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS	07



PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



1.0 APRESENTAÇÃO

O Plano de Comunicação Institucional tem como objetivo orientar as ações de comunicação realizadas pelo time de comunicação do FdR afim de conectar pessoas, histórias e mostrar o dia a dia do trabalho que é realizado no Instituto Futebol de Rua, além de atrair novos parceiros para expandir o projeto e conseguir atender cada vez mais crianças.

O Plano está ancorado na proposta de valor do FdR, com foco na transformação social por meio do esporte, DNA Futebol de Rua e Afetividade.

A marca Futebol de Rua é registrada e só poderá ser utilizada, aplicada de acordo com o manual de identidade visual. Para utilização de terceiros é necessário solicitar autorização junto a diretoria do instituto respeitando os padrões de aplicação.

2.0 PROPOSTA DE VALOR FdR:

2.1 Temos no Fair Play (jogo limpo, no campo e na vida) como nossa regra máxima que permeia todas as nossas relações;

2.2 Nossa cultura é de valorização da Diversidade e Inclusão, acreditamos na pluralidade de opiniões e ideias;

2.3 Nossa política de ações afirmativas têm como premissa a igualdade de gênero e inclusão das minorias.

2.4 Atuamos com conceito de autonomia e responsabilidade, em uma organização social todos somos “Donos” e deveres e responsabilidades são compartilhados;

2.5 Ética, transparência, generosidade, empatia e fazer com excelência são valores condutores que permeiam nossa prática e responsabilidade social;

2.6 Educamos pelo exemplo, aqui todos somos educadores.



02



Instituto Futebol de Rua

Rua Antônio Moreira Lopes, 190 | Cajuru | Curitiba | Paraná

www.futebolderua.org | contato@futebolderua.org | +55 41 3042 - 2261

[@institutofutebolderua](https://www.instagram.com/institutofutebolderua) | [/futebolderua.org](https://www.facebook.com/futebolderua)

PLANO DE COMUNICAÇÃO

INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



3.0 ESCOPO DE TRABALHO E TIME DE COMUNICAÇÃO:

As atividades estratégicas que compõem o setor de comunicação:

3.1 Planejar, desenvolver, programar, acompanhar, publicar e avaliar todas as ações de comunicação relacionadas a marca e projeto desenvolvidos pelo Instituto Futebol de Rua.

3.2 Desenvolver:

Analista de Comunicação	Designer	Estagiária Comunicação	Estagiária Audiovisual
<ul style="list-style-type: none"> •Planejamento de Comunicação; •Planejamento de Redes Sociais; •Desenvolvimento de Relatórios; •Planejamento de Eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Criação de layouts em geral; •Captação de imagens; •Desenvolvimento de relatórios; •Criação de logos, ícones e design para os projetos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Acompanhamento das Redes Sociais; •Captação de Imagens; •Auxílio nas demandas gerais da comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> •Edição de vídeos; •Captação de vídeos; •Acompanhamento das Redes Sociais; •Criação de vídeos em geral.

4.0 PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO

O Instituto tem nas redes sociais a sua principal forma de comunicação. Também utilizamos para comunicação com os patrocinadores os e-mails para envio de relatórios e informativos.

Meios de Comunicação	Endereço para acesso	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Instagram; •Facebook; •LinkedIn; •Youtube; •Site. 	<ul style="list-style-type: none"> •instagram.com/institutofutelderua; •facebook.com/institutofutelderua; •linkedin.com/company/institutofutelderua; •youtube.com/institutofutelderua; •www.futelderua.org. 	<ul style="list-style-type: none"> •Semanalmente; •Semanalmente; •Semanalmente; •Mensal; •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista e Estagiárias; •Analista e Estagiárias; •Analista e Estagiárias; •Analista e Estagiárias; •Analista e Estagiárias.



5.0 PÚBLICOS

5.1 Público interno:

- Educandos, crianças, adolescentes e jovens atendidos;
- Familiares dos educandos;
- Colaboradores.

5.2 Público externo:

- Voluntários;
- Público em Geral.

5.3 Apoiadores e Patrocinadores

- Governo - Municipal, Estadual e Federal;
- Empresas patrocinadoras;
- Potenciais patrocinadores;
- Empresas apoiadoras.

6.0 APLICAÇÃO DE MARCAS DE PATROCINADORES E APOIADORES

6.1 Enxoval de aplicação da marca:

A aplicação da marca do patrocinador segue as diretrizes pactuadas no contrato de parceria, orientações do seu time de comunicação e manual de marca. São aplicadas as marcas do patrocinador nas seguintes peças:

Peça:	Local da Aplicação:	Responsável	Aprovação
<ul style="list-style-type: none"> •Colete; •Banner; •Convite Inauguração; •Postagem Inauguração; •Relatórios; •Site; •Releases. 	<ul style="list-style-type: none"> •Núcleos; •Núcleos; •Comunidades; •Redes Sociais; •Envio ao patrocinador; •Site FdR; •Imprensa. 	<ul style="list-style-type: none"> •Designer e estagiária; •Designer e estagiária; •Designer e estagiária; •Designer e estagiária; •Designer e estagiária; •Analista de Comunicação; •Analista de Comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> •Patrocinador e Governo; •Patrocinador e Governo; •Patrocinador e Governo; •Patrocinador e Governo; •Patrocinador e Governo; •Patrocinador e Governo; •Patrocinador.

6.2 Entregas

- 6.2.1 - 1 publicação em feed para cada patrocinador;
- 6.2.2 - 5 publicações em stories para cada núcleo;
- 6.2.3 - Relatórios mensais, bimestrais, semestrais e anual, de acordo com o aporte.
- 6.2.4 - Divulgação da marca no site;
- 6.2.5 - Marca em coletes, banners e uniformes.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



7.0 CRONOGRAMA ANUAL TIME DE COMUNICAÇÃO

O cronograma anual orienta as diversas ações de comunicação, constitui um conjunto de normativas para produção dos diversos produtos comunicacionais.

Todo o trabalho desenvolvido pela equipe de Comunicação é realizado afim de trazer as informações para os educandos, colaboradores, patrocinadores e público em geral que acompanha o Instituto.

7.1 Janeiro:

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none">•Planejamento Anual de Comunicação;•Planejamento do Enxoval;•Postagem das Colônias de Férias;•Publicidade dos Resultados do ano anterior;•Relatório de Sustentabilidade;•Divulgação dos projetos e cidades contempladas;•Identidade visual de peças para os projetos em execução.	•Anual.	•Analista de Comunicação.

7.2. Fevereiro

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none">•Programação das postagens de contratações;•Programação das postagens para captação de alunos;•Programação das atividades de integração dos colaboradores;•Desenvolvimento de materiais para treinamentos e capacitação dos professores;•Publicização das inaugurações e retorno dos núcleos;•Inauguração de novos projetos;•Relatório de Colônia de Férias.	•Mensal.	•Analista de Comunicação.

7.3 Março

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none">•Relatórios: Inauguração e Retorno de atividades;•Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos;•Divulgação de dados e resultados;<ul style="list-style-type: none">• Assinaturas de e-mail•Ações de voluntariado.	•Mensal.	•Analista de Comunicação.



PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



7.4 Abril

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Inauguração e Retorno de atividades; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Divulgação de dados e resultados; •Ações de voluntariado. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.5 Maio

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução e Acompanhamento Escolar e Esportivo; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Ações relacionadas ao combate do abuso sexual infantil. •Ações de voluntariado. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.6 Junho

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Festivais de Futebol de Rua; •Ações relacionadas a inclusão LGBTQIA+; •Festa Junina. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.7 Julho

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução e Festival FdR; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Visitas Sociais; •Novo material para captação de recursos; •Ações relacionadas a Discriminação Racial. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.



PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



7.8 Agosto

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução e Visitas Sociais; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Ações mês do voluntariado; •Aniversário FdR; • Post dos Patrocinadores. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.9 Setembro

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução e Voluntariado; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Enxovais dos Projetos; •Ação Plantando o Futuro. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.10 Outubro

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução e Plantando o futuro; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Festa do Faz de Conta; •Cartão de Visita Virtual para Coordenadores; •Atividades Culturais. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.

7.11 Novembro

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none"> •Relatórios: Mensais de Execução, Atividades Culturais e Acompanhamento Esportivo e Pedagógico; •Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos; •Festivais de Futebol de Rua; •Sinalização da Sede; •Lançamento da conta Tik Tok FdR para Educandos; •Pesquisa de Satisfação. 	<ul style="list-style-type: none"> •Mensal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Analista de Comunicação.



PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUTO FUTEBOL DE RUA



7.12 Dezembro

Ação de Comunicação	Periodicidade	Responsável
<ul style="list-style-type: none">•Relatórios: Finais de Execução, Festivais FdR e Pesquisa de Satisfação;•Postagens periódicas: datas comemorativas, divulgação da execução dos projetos;•Festa de Natal;•Encerramento 2023.	<ul style="list-style-type: none">•Mensal.	<ul style="list-style-type: none">•Analista de Comunicação.

8.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Plano de Comunicação serve para nortear a equipe de Comunicação bem como todos os colaboradores do Instituto e Patrocinadores.

9.0 EQUIPE FdR

Letícia Mauymi Harasaki Vieira
Estagiária de Comunicação

Giulia Alexa Conte Welter
Estagiária de Audiovisual

Marina de Los Santos Brand
Designer

Werner Rodolfo Surkamp Junior
Analista de Comunicação

Oscar Muxfeldt Junior
Diretor Financeiro

Alceu Natal Neto
Diretor Executivo

