

Plano de Comunicação – Lar Batista Janell Doyle¹

Diego OLIVEIRA²

Alex MAIA³

Daniela Cavalcante⁴

Alex MAIA⁵

Jarina PAULA⁶

José FRANCISCO⁷

Layenne ARAÚJO⁸

Luana CHAVES⁹

Macri COLOMBO¹⁰

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM.

RESUMO

Um Plano de Comunicação é um documento que estabelece a forma que deverá assumir a comunicação organizacional. É a formatação de objetivos e metas. O desenvolvimento de estratégias de comunicação, avaliados através de processos e indicadores; orçados de acordo com as necessidades e as possibilidades de cada negócio. E compreendendo este conceito de que seja um plano de comunicação, assim foi posto em prática e elaborado o plano de comunicação da instituição Janell doyle.

PALAVRAS-CHAVE: ; plano de comunicação; estratégias; organizacional; negócio;

1. INTRODUÇÃO

Um plano de comunicação tem por objetivo desenvolver ideias e planejar metas que venha ajudar a instituição ou empresa que esta sendo criado o mesmo na sua comunicação com o público no intuito de atraí-los, para que conheçam a instituição interna e externamente, junto com sua história e toda sua proposta. “Planejamento é um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados que não deverão ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita”. (KUNSCH, 2003, p.244)

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Prod. Trans. em Comunicação, Modalidade: Plano de comunicação Integrada.

² Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, morfaalex@hotmail.com

³ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, daniela_cavalcante@hotmail.com.br

⁴ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, oliveirah_diego@hotmail.com

⁵ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, paula_araujo702@hotmail.com

⁶ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, asaf_@jornalismo.com.br

⁷ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, layenemusic_sax@hotmail.com

⁸ Estudante do 1º semestre do Curso de Comunicação Social, luanadeoliveirachaves@yahoo.com.br

⁹ Orientador do trabalho e Professora da Faculdade Boas Novas, macricolombo@hotmail.com

E para que seu plano seja realizado antes de tudo temos que saber como planejar, do que se trata e como construí-lo.

Planejar a comunicação é muito mais do que escolher o que vai ser dito em uma campanha e fazer propaganda em jornais e revistas. É diagnosticar corretamente um problema específico e encontrar uma solução estratégica, potencializando o mercado em estudo por meio das mais variadas ferramentas do composto de comunicação, incluindo as tradicionais: propaganda, Marketing promocional, relações públicas, marketing direto e força de vendas; e as inovadoras: folhetos, buzzmarketing viral. (VASCONCELOS, 2008, p.23)

Planejar é um trabalho de preparação, e desse modo foi implantado no plano de comunicação da instituição Janell doyle que foi criado em 1991 pela união feminina Missionária Batista do Amazonas, idealizada por sua presidente Magaly Azevedo Arruda Araújo.

A instituição abriga cerca de 50 crianças e beneficia 40 famílias através de um programa sócio familiar. Seu principal objetivo é o acolhimento das crianças abandonadas e carentes que necessitam de respeito e carinho.

Com o plano de comunicação, acreditasse alcançar doadores e parceiros, para ajudar no desenvolvimento e crescimento das crianças.

2. OBJETIVO

Elaborar um planejamento de comunicação integrado visando sua implantação na instituição de Lar Batista Janell Doyle que não possui uma assessoria de comunicação, propondo ações e ideias viáveis para a divulgação da instituição.

3. JUSTIFICATIVA

A entidade escolhida como estudo de caso foi o Lar Batista Janel Doyle, uma instituição de utilidade pública, não governamental, filiada a Convenção Batista do Amazonas, localizada no bairro Mauzinho, zona centro sul de Manaus.

O Lar Batista foi idealizado há mais de dez anos e desde então assiste crianças de 0 a 12 anos. A instituição tem capacidade para atender em regime de abrigo 30 crianças. A casa

recebe o apoio de diversos parceiros para dar assistência às crianças em situação de risco e a seus familiares, proporcionando-lhes formação educacional, emocional e social.

Embora existam muitas Ong's espalhadas por aí que só pensam em delapidar o patrimônio público em benefício dos diligentes das respectivas organizações, percebemos que o Janel Doyle é bem diferente.

Porém isso tem uma justificativa. Especialista como PEREIRA (2006), relata que o baixo crescimento econômico e o crescimento inflacionário caracterizam o desempenho das sociedades capitalistas industrializadas a partir da segunda metade dos anos 1970, rompendo a conotação de proteção social e a contínua extensão de políticas sociais como concretizadoras de direitos.

O instituto, apesar de contar com o apoio de pessoas sensíveis as necessidades do próximo, não possuía uma assessoria de comunicação definida.

De acordo com GOHN (2000) nos anos de 1990 acirraram-se as mudanças sociais no âmbito das lutas, movimentos e práticas sociais coletivas, de diferentes classes e camadas sociais.

Todos os eventos, projetos e planos executados pela casa em prol das crianças estavam sendo feitos por sua idealizadora, dona Magaly Arruda. Pensando nisso, elaboramos um plano de comunicação a fim de contribuir com a casa para a divulgação desses eventos e assim conseguir e manter novos parceiros ou padrinhos financeiros.

O projeto proposto pela equipe foi apresentado à diretora do lar, que depois de avaliar a possibilidade percebeu que nossa proposta seria de suma importância para ajudar a alavancar o abrigo, que enfrenta alguns problemas, como a falta de capital para pagar os funcionários, alimentação, remédios vestimenta para as crianças.

A ferramenta sugerida de início por nossa equipe foi em relação ao marketing digital, na qual ainda se encontra em processo de elaboração um *website*. Através dele pretendemos contribuir com o Lar Batista na divulgação dos eventos, conceituando os internautas sobre o que é a casa, como fazer doações, agendar visitas, conhecer os padrinhos financeiros e assim por diante.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na disciplina de comunicação integrada, as equipes foram instruídas a desenvolver um plano de comunicação para uma determina ONG (Organização não

Governamental).

Nas instituições em que isso acontece o processo acaba “morrendo” em uma grande confusão, a própria Torre de Babel, pois, embora não se entendam, todos querem fazer alguma coisa, com a melhor das intenções; assim, por falta de metodologia adequada, cada qual faz do seu jeito e nada funciona. (ELIEZER 2007 p, 276).

E por isso a equipe se empenhou com ética, responsabilidade e credibilidade onde foram feitas estudo de caso com o auxílio da pesquisa de campo pela internet, onde foi decidido trabalhar com o Lar Batista Jannel Doyle, por ser única em Manaus por acolher e cuidar de crianças de 0 a 12 anos e não possuir uma assessoria de comunicação, após a escolha foi feito um contato via telefone para a responsável pela *ONG* dona Magaly Arruda onde foi marcado visita da equipe ao local.

Foi feita a primeira pesquisa de campo, e bibliográficas também, a visita ao local foi muito produtiva, onde colhemos dados para a construção do *briefing*, através de uma entrevista com a responsável por um dos setores do lar. Na reunião surgiram varias ideias e foram identificadas algumas questões no lar onde com o plano de comunicação muitas coisas se ajustariam. As pesquisas de campo foram feitas diversas vezes, para a melhor elaboração do plano.

Planos, estratégias e metas devem ser facilmente acompanháveis e verificáveis, isto e, devem ser especificados os parâmetros e as formas de verificação da sua implantação. Deve haver especificação e aprovação dos prazos, dos responsáveis e dos recursos por quem tem poderes para isso. E preciso estimular o trabalho em equipe em tudo o que for possível com autonomia para ação, dentro dos propósitos combinados. (ibid p,233).

Tomamos como técnica a elaboração de um portal grátis na internet, cuja pesquisa foi feita via web por membros da equipe, uma forma rápida de criar e alimentar o mesmo, foi construído um e-mail institucional com o método de criação do Hotmail.

O objetivo dessas ações e elaborar um plano que seja de grande importância, e que contribua para a melhoria e divulgação do local.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Produto a ser elaborado será o plano de comunicação com várias estratégias que são elas:

Portal: Com as cores do Lar, que são elas amarelo, azul e vermelho, trazendo a

logomarca, trazendo um leque de informações para que tem acesso a internet, atingindo a massa, notícias atualizadas, histórico, eventos, doações, fotos, quem são os parceiros, cronograma de atividades do mês, padrinhos e empresas que contribuem para o crescimento do Lar Jannel Doyle, e que abraçam essa causa. Será criado um espaço para a folha mensal, prestando contas de tudo que foi gasto e utilizado com as crianças e funcionários, todo o mês trazendo um trabalho limpo e transparente com credibilidade e ética. Os dados da conta estarão disponíveis na página inicial, para as pessoas que queiram ajudar.

Email Institucional: Será pelo Hotmail, uma forma rápida e fácil de manusear, para tratar de assuntos sobre a instituição com credibilidade.

Folderes: Coloridos, com nome, logomarca, telefone, email, facebook, e o evento que vira a acontecer.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano de comunicação para o Lar Batista Jannel Doyle, um abrigo que consiste em ajudar crianças órfãs e abandonadas, foi de grande importância para os acadêmicos, levando em consideração o lado humanístico do trabalho.

É notável que os problemas sociais são constantes no dia a dia, mas conhecê-los de perto é sentir a real necessidade de se encontrar uma solução. Pensando nisso foi feito um plano de comunicação objetivo, claro sem delongas, com a finalidade de encontrar um escape para os problemas vividos pelo abrigo.

Um conceito que o abrigo quer transmitir, é que todas as comunicações deverão ser adotadas. Portanto, com esse levantamento no que foi apresentado pensamos que o estudo foi de suma importância para todos os envolvidos tanto do abrigo, quanto para os acadêmicos, pois possibilitou a elaboração do plano de comunicação.

O plano de comunicação esta sendo de grande importância, não só para o Lar Batista Jannel Doyle, mas também para os acadêmicos, trouxe grande conhecimento para todos, experiência, saber que existem pessoas tão engajadas que se preocupam com as crianças que são realmente a esperança de um mundo melhor. E gratificante para a equipe, poder estar fazendo parte e ajudando para que as metas da instituição sejam realmente alcançadas. Possibilitando a realização deste projeto, que proporcionou grande conhecimento e satisfação para todos. Cujos mesmo continuara rendendo frutos.

7. REFERÊNCIAS

ELIEZER, A.C. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos.** São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

GOHN, Maria da Glória. **Os sem terra, ONGs e Cidadania.** São Paulo: Cortez, 2000.

PEREIRA, Potyara A. P. **Necessidades Humanas: Subsídios à crítica dos mínimos sociais.** São Paulo: Cortez, 2006.

RICCOTTI, Lucilene Vasconcelos. **Planejamento de Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2008.