

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Comunidade Cidadania e Vida – COMVIDA

1. Introdução e Contexto Institucional

A Comunidade Cidadania e Vida (COMVIDA) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), fundada em julho de 2005 e sediada em Salvador - Bahia. Caracterizada por sua atuação séria e transparente, a COMVIDA atua de forma abrangente em múltiplos eixos sociais.

Este Plano de Comunicação visa organizar, unificar e potencializar as mensagens da instituição, assegurando que sua missão de contribuir para o desenvolvimento da sociedade diante de desafios e mudanças constantes seja amplamente difundida e compreendida por todos os seus públicos.

2. Objetivos Estratégicos da Comunicação

- Dar Visibilidade às Ações: Divulgar as atividades de relevância socioeconômica e cultural da COMVIDA no território nacional.
- Engajar Parceiros e Doadores: Atrair e manter convênios com universidades, órgãos governamentais, empresas privadas e outras instituições, estimulando a cessão de recursos e o voluntariado.
- Mobilizar a Sociedade: Atuar como um agente de sensibilização para a erradicação de preconceitos e discriminações.
- Transparência e Prestação de Contas: Garantir a circulação de informações técnicas, científicas e relatórios de impacto para fortalecer a credibilidade junto à União, Estados, Municípios e à sociedade.

3. Públicos-Alvo (Stakeholders)

A comunicação da COMVIDA deve ser segmentada e adaptada para três grandes grupos:

1. Público Beneficiário (Comunidade): Moradores das comunidades atendidas, famílias em situação de risco, agricultores familiares, jovens, adultos, idosos, presidiários e PCDs.
2. Público Interno: Dirigentes, colaboradores, consultores, associados e estudantes em estágio remunerado.
3. Parceiros Estratégicos: Financiadores públicos e privados, universidades, ONGs, órgãos de segurança pública e autoridades sanitárias.

4. Matriz de Mensagens por Eixo de Atuação

A comunicação da COMVIDA deve ser descentralizada em narrativas claras de acordo com suas finalidades:

- Eixo Saúde e Vigilância Sanitária: Foco na promoção gratuita da saúde, prevenção de enfermidades, nutrição e estímulo ao controle e participação popular nos serviços de saúde.
- Eixo Educação, Cultura e Inclusão: Divulgação dos programas de alfabetização de jovens, adultos e presidiários, proteção do Patrimônio Histórico e o funcionamento permanente da creche-escola.

- Eixo Desporto e Cidadania: Disseminação do desporto educacional e de participação como direito constitucional e ferramenta de inclusão social.
- Eixo Desenvolvimento Rural e Agroecologia (ATER): Comunicação focada na transição para a Agricultura Orgânica e Agroecologia, além do apoio ao artesanato e promoção de Feiras de Produtos Agroecológicos.
- Eixo Direitos Humanos e Segurança Pública: Difusão de ações de enfrentamento à fome (segurança alimentar), assistência jurídica a crianças e adolescentes e fomento à cultura da paz e redução da criminalidade.

5. Canais e Ferramentas de Comunicação

A. Comunicação Comunitária e Direta (Foco: Beneficiários)

- Mural Informativo e Informativos Impressos: Instalação de murais na sede administrativa e na creche-escola para avisos sobre vacinação, cursos, seminários e distribuição de alimentos.
- Reuniões Comunitárias: Espaços de escuta ativa para garantir a participação popular no controle dos serviços prestados.
- Eventos e Feiras: Utilização das Feiras de Produtos Agroecológicos e Orgânicos como canal de comunicação direta sobre sustentabilidade e economia solidária.

B. Comunicação Digital e Institucional (Foco: Sociedade e Parceiros)

- Website Oficial: Plataforma centralizada contendo a história da OSCIP, missão, valores, publicações científicas, relatórios financeiros e aba para captação de voluntários.
- Redes Sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn): Publicação de fotos e histórias de impacto (atividades da creche, práticas esportivas, oficinas rurais), além de campanhas de sensibilização contra o preconceito.
- Relatório Anual de Impacto (Digital): Documento técnico e gerencial enviado a órgãos governamentais e parceiros privados detalhando as metas atingidas e a aplicação dos recursos.

C. Comunicação Interna (Foco: Equipe e Associados)

- Boletim Informativo Mensal (E-mail/WhatsApp): Alinhamento técnico sobre novos convênios, pesquisas em desporto e andamento dos projetos.
- Manuais de Integração: Entrega do Código de Ética e da Política de Diversidade para novos colaboradores, voluntários e estagiários.

6. Diretrizes de Linguagem e Identidade

- Acessibilidade e Didatismo: A linguagem deve ser simples e inclusiva para que pessoas em processo de alfabetização compreendam os conteúdos.
- Cientificidade com Leveza: Ao divulgar dados sobre meio ambiente (impacto ambiental, reflorestamento) ou pesquisas desportivas, traduzir os termos técnicos em informações práticas para a população.
- Tom Inspirador e Protetor: Manter um tom que reforce os direitos humanos, a dignidade, a assistência beneficente e o amparo prioritário à infância e à juventude.

7. Cronograma Macro de Ações Comunicacionais

1. Mês 1 a 2: Estruturação dos canais digitais oficiais e criação do banco de histórias das comunidades atendidas.

2. Mês 3 (Contínuo): Lançamento de campanhas sazonais de saúde (Vigilância em Saúde) e segurança alimentar (Enfrentamento à fome).
3. Semestral: Realização de seminários ou fóruns abertos para divulgação de conhecimentos técnicos e resultados de ATER.
4. Anual: Publicação do balanço social para renovação de convênios e prestação de contas institucional.

Plano elaborado em conformidade com as finalidades e diretrizes estatutárias da COMVIDA.

Salvador, 26 de maio de 2026

