

PLANOS DE COMUNICAÇÃO

LÍDERES CARIOCAS E RIO LIDERANÇA FEMININA

Brainstorming + Insights + Propostas

Fases do processo

ONDE ESTAMOS ATUANDO AGORA



Briefing

Descoberta | imersão | idéias
| empatia | entender

Desenvolvimento

Planos | criação | validação |
viabilização

Materializar

Construir | refinamento |
adaptar | testar

Objetivos

OBJETIVOS E METAS IDENTIFICADOS

- ✓ Engajamento, visibilidade e valorização do projeto
- ✓ Fortalecer vínculos internos e o senso de comunidade
- ✓ Ampliar a comunicação e visibilidade institucional
- ✓ Gerar impacto social e conexão com a cidade

TORÓ DE IDEIAS

Brainstorming com a equipe

EM ORDEM CRESCENTE DE VOTOS



Primeira camada: Post-its com 4+ votos



Segunda camada: Post-its com 3 votos



Terceira camada: Post-its com 2 votos



Quarta camada: Post-its com 1 voto



Quinta camada: Post-its com 0 votos

ACÇÕES DE VINCULO EXTRA-ESCRITÓRIO	Desenvolver "case right" com a galera do escritório. 1x ao mês com desconto/ patrocínio com algum restaurante/parquinho para focar na vida e criar conexões	PREMIAÇÃO						
Vincular a imagem dos líderes cariocas a projetos sociais	Podíamos também criar 2 x ao ano o encontro dos Líderes com o Prefeito, ou vice-prefeito, ou alguma autoridade da praça para apresentação do projeto	DAR VISIBILIDADE A HISTÓRIAS CURIOSAS DA TRAJETÓRIA DOS LÍDERES CARIOCAS	AGENDAS COM A PRESIDENTE	PROMOVER MAIS PARTICIPAÇÃO DE LÍDERES NA REVISTA CIDADE NOVA	REALIZAR CAMPAÑHAS EM DATAS COMEMORATIVAS COMO DIAS DAS MÃES, DIA DOS PAIS			
CRIAR UMA NEWSLETTER INTERNA	Crear conteúdos focados no making-of do programa para trazer uma ideia de proximidade com o público interno e externo	SITE DO PROJETO	DIFFUNDIR O PROGRAMA EM OUTRAS REDES DE COLABORAÇÃO DE SERVIDORES PÚBLICOS	ASSOCIAR LÍDERES A CAMPAÑHAS SOCIAIS E TRABALHO VOLUNTÁRIO	CREAÇÃO DE VÍDEOS APRESENTANDO LÍDERES CARIOCAS			
Expansão de canais	HAWAIIAS DU BONE COM A MARCA DO PROJETO	Crear produtos para dar de "presente/brinde" com o logo do projeto. Ex: Ecobag, caneca, caderno...	PODCAST	Crear um esquema de atividades de pontos que ao acumular criarem um ranking para estimular novas sugestões que seriam votadas em coletivo	Crear um desaque no Instagram para os líderes cariocas também	PUBLICAÇÃO DE TEXTOS	Divulgar mais o programa nas redes	Divulgação do projeto em mídia tradicional como rádio, p.e.
EVENTOS ESPORTIVOS	CREAÇÃO DE PRODUTOS COM A MARCA DO PROGRAMA	Podíamos criar atividades como por exemplo, visitar alguma casa de repouso ou orfanato e tentar implementar alguma melhoria	Campanhas institucionais para gerar autoridade no programa - pode ser vídeo para redes	PROGRAMA QUINZENAL DE ENCONTROS PARA TRATAR DA ATUALIDADE E ESSO RESUMO DE DIVULGO EM REDE SOCIAL - pode ser online	Panoramas com manaus com benefícios para a equipe			

Brainstorming com a equipe

AS PROPOSTAS DA EQUIPE - POST-ITS COM 4+ VOTOS

- ✓ Ações de vínculo extra-escritório
- ✓ Desenvolver “vale night” com a galera do escritório 1x ao mês com desconto/parceria com algum restaurante/barzinho para fofocar da vida e criar vínculos
- ✓ Premiação

Brainstorming com a equipe

AS PROPOSTAS DA EQUIPE - POST-ITS COM 3 VOTOS

- ✓ “Vincular a imagem dos líderes cariocas a projetos sociais”
- ✓ “Poderíamos também criar 2 x ao ano o encontro dos Líderes com o Prefeito, ou vice prefeito, ou alguma autoridade de peso para apresentação de projetos”
- ✓ “Dar visibilidade a histórias curiosas da trajetória dos Líderes Cariocas
- ✓ “Agendas com a presidente”
- ✓ “Fomentar mais participação de líderes na revista cidade nova”
- ✓ “Realizar campanhas em datas comemorativas como dia das mães, dia dos pais...”

Brainstorming com a equipe

AS PROPOSTAS DA EQUIPE - POST-ITS COM 2 VOTOS

- ✓ "Criar uma newsletter interna"
- ✓ "Criar conteúdos focados no making-of do programa para trazer uma ideia de proximidade com o público interno e externo"
- ✓ "Site do projeto"
- ✓ "Difundir o programa em outras redes de colaboração de servidores públicos"
- ✓ "Associar Líderes a campanhas sociais e de trabalho voluntário"
- ✓ "Criação de vídeos apresentando Líderes Cariocas"

Brainstorming com a equipe

AS PROPOSTAS DA EQUIPE - POST-ITS COM 1 VOTO

- ✓ Expansão de carreira
- ✓ Havaianas ou boné com a marca do projeto”
- ✓ Criar produtos para dar de “presente/brinde” com o logo do projeto.
Ex: Ecobag, caneca, caderninho..
- ✓ Podcast
- ✓ Criar um destaque no insta para os líderes cariocas também
- ✓ Criar um esquema de atividades de pontos que ao acumular criariam um ranking para estimular novas sugestões que seriam votadas em coletivo
- ✓ Publicações de textos
- ✓ Divulgar mais o programa nas redes.
- ✓ Divulgação do projeto em mídia tradicional como rádio, p.e.

Brainstorming com a equipe

AS PROPOSTAS DA EQUIPE - POST-ITS COM 0 VOTOS

✓ EVENTOS ESPORTIVOS

✓ CRIAÇÃO DE PRODUTOS COM A MARCA DO PROGRAMA

✓ Poderíamos criar atividades como por exemplo , adotar alguma casa de repouso ou orfanato e tentar implantar alguma melhoria

✓ Campanhas institucionais para gerar autoridade no programa - pode ser vídeo para reels

✓ PROGRAMA QUINZENAL DE ENCONTROS PARA TRATAR DA ATUALIDADE E ESSE RESUMO SER DIVIVIDO EM REDE SOCIAL - pode ser online

✓ Parcerias com marcas com benefícios para a equipe

conceito do plano de comunicação:

PERTENCIMENTO

O que guia o projeto

PERTENCIMENTO

sentir que a casa também é sua

AFINIDADE

construir laços reais

EMPATIA

olhar o outro com cuidado

INCLUSÃO

ninguém solta a mão de ninguém

O que guia o projeto

ONDE?

✓ Em todas as campanhas internas e externas

✓ Nos produtos, mockups e identidade atualizada

✓ No tom de voz e na narrativa visual

✓ Nos encontros, newsletters e conteúdos audiovisuais

O programa nasceu para fortalecer a **conexão** entre as pessoas. Queremos que cada líder se sinta visto, acolhido e parte dessa história, não só espectador, mas **protagonista**. A gente quer criar um espaço com **acolhimento, troca e identificação**.

Comunicação só funciona quando afeta de verdade.

PROPOSTAS

1 TOM DE VOZ (Nosso jeitinho de falar)

Como queremos nos comunicar:

- Um “tom carioca” que aproxima, leve e acessível;
- Simples, direto e inclusivo;
- Acolhedor, humano e inspirador;
- Alinhado ao propósito de pertencer;
- Profissional, mas sem travar.

Exemplo:

- **Antes** (institucional demais):

“Prezados, informamos que...”

- **Agora** (profissional carioca):

“Oi, time! Passando pra contar o que tá chegando por aqui.”

Seriedade na entrega e proximidade no tom.

2 ENGAJAMENTO E INTEGRAÇÃO

O que queremos construir:

- Atividades internas que aproximam;
- Ações externas para fortalecer relacionamento;
- Newsletter com linguagem próxima e útil;
- Making of e bastidores do dia a dia, mostrando quem faz acontecer;
- Encontros quinzenais (presencial ou online) sobre temas relevantes;
- Trilhas de expansão de carreira e de crescimento dentro da Fundação João Goulart.

Nosso tempero extra:

- Gamificação: jogos, missões, metas, desafios mensais.
- Aniversariante do mês com mini-homenagens internas: carinho coletivo e valorização.

Criar uma rotina que dê vontade de participar.

3 RECONHECIMENTO QUE INSPIRA

Nossas propostas:

- Sistema de pontos por participação em atividades e engajamento visando premiações;
- Campanhas que mostram a força e valor do programa;
- Produtos personalizados que geram orgulho e identidade (canecas, cadernos, ecobags, boné, etc).

Complemento - Destaque do mês:

Um modelo de reconhecimento individual, humanizado e consistente.

Ex: Um post simples, direto e afetivo, celebrando quem brilhou.

Um elogio que tem peso e tem carinho também.

4 COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE QUE ALCANÇA E CONECTA

Propostas de frentes de atuação:

- Mostrar as histórias reais e as trajetórias dos líderes;
- Agenda de encontros e reuniões com lideranças;
- Participação em editoriais e revistas institucionais;
- Posts de apresentação dos líderes;
- Publicação contínua de textos que informam e inspiram;
- Destaques estratégicos nas redes sociais, criando um “espaço nosso”;
- Divulgação para a imprensa;
- Atualização da página dedicada ao programa na comunicação oficial.

Ação especial:

Encontro dos líderes com o prefeito trazendo presença, visibilidade e legitimidade.

5 PROJETOS, EVENTOS E AÇÕES ESPECIAIS

O que queremos ativar:

- Campanhas temáticas de datas comemorativas (Dia das Mães, Pais, Outubro Rosa, Novembro Azul, etc.);
- Parcerias com projetos sociais;
- Difundir o programa para outras redes de servidores;
- Participação em trabalho voluntário;
- Um podcast leve, inspirador e institucional dos programas/lideranças;

Proposta ampliada - Dia das Crianças:

- **Frente interna:** kits nostálgicos com doces e brinquedos antigos; Atividade “Quando eu era criança, eu sonhava com...”;
- **Frente externa:** ação social com crianças de comunidades, distribuindo brinquedos e doces;
- **Produção de conteúdo humano e institucional;**
- **Objetivo:** Um gesto simples que gera vínculo, emoção e impacto social.

6 CANAIS E RESTRIÇÕES CRIATIVAS DA REALIDADE

Sendo sinceros sobre viabilidade:

A prefeitura tem limites de equipe, verba e aprovação.

Não é sustentável:

Criar múltiplos Instagrams, sites ou canais separados para cada programa.

Então, qual é o caminho?

- Centralizar a comunicação em um ambiente possível;
- Criar editorias, destaques e categorias que organizam tudo;
- Produzir kits de templates que facilitem a rotina para o time interno usar;
- Comunicação bem feita, inteligente, acessível e possível.

7 IDENTIDADE VISUAL E PRODUTOS QUE REPRESENTAM

Nosso caminho visual:

Apresentação de versões atualizadas dos logos dos programas, deixando a identidade mais aplicável, leve, atual e conectada com a nova comunicação.

Não é rebranding → é atualização sensível, técnica e estética.

Uma evolução estética que promove clareza e reconhecimento, sem alterar a essência institucional.

Aplicações:

- Produtos oficiais: ecobag, caneca, caderno, camisa, crachá, etc;
- Templates variados;
- Mockups que mostram como a nova linguagem se comporta;
- Benefícios através de parcerias com marcas parceiras.

Atual

LÍDERES
cariocas

Nova proposta

LÍDERES
CARIOCAS



Fundação
João Goulart

Atual

RIO LIDERANÇA FEMININA

Nova proposta

RIO LIDERANÇA *FEMININA*

Nova proposta

LÍDERES CARIOCAS



Fundação
João Goulart

Nova proposta

RIO LIDERANÇA FEMININA



FUNDAÇÃO
JOÃO
GOULART

LÍDERES
CARIOCAS

LÍDERES
CARIOCAS

RIO
LIDERANÇA
FEMININA

RIO
LIDERANÇA
FEMININA



OBJETIVOS DO PROJETO

✓ Fortalecer vínculos e engajamento interno, promovendo interação, colaboração e crescimento entre os participantes.

✓ Reconhecer e valorizar as trajetórias dos líderes cariocas, criando mecanismos de premiação e destaque individual/coletivo.

✓ Ampliar a comunicação e visibilidade institucional, fortalecendo a imagem do programa em diferentes canais e com autoridades.

✓ Gerar impacto social e conexão com a cidade, vinculando o programa a ações comunitárias, campanhas sociais e voluntariado.

LÍDERES CARIOCAS

RIO LIDERANÇA FEMININA



DORES IDENTIFICADAS NO BRAINSTORMING

O que não repetir:

- Não queremos ações pontuais sem continuidade.
(Nada de ações soltas que somem depois)
Dores: falta de vínculo, falta de presença ao longo do ano.
- Não queremos comunicação que não alcance o público.
(Nada de comunicação que não chega ou não conversa com ninguém)
Dores: conteúdo que não chega, não representa ou não engaja.

O que queremos, de verdade:

Constância, profundidade e sensibilizar o público.
Construir presença, rotina e impacto de verdade.
Nada de iniciativas que somem no ar. Ação!

CRONOGRAMA 2026

Janeiro

- Ajustes internos (Equipe IFJG)
- Aprovação das propostas
- Adequação orçamentária

Fevereiro

- Início do tom de voz
- Primeiros conteúdos
- Início das ações de engajamento interno

Março

- Abertura oficial do ciclo 2026
- Campanhas de visibilidade
- Entrega dos primeiros produtos, encontros e presença institucional

Abrindo espaço para integração e validação...

