



**DEPARTAMENTO DE  
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

1º ano de Licenciatura em Ciências da Comunicação

Unidade Curricular: Atelier de Comunicação Estratégica I

Docente: Helena Pires

Ano letivo: 2022/2023

## **Estudo de caso de Comunicação Estratégica Integrada (PUBRP)**

Relatório escrito

Autoras:

Camila Valente – a102635

Mara Sobral – a102611

Margarida Vale – a102607

Maria Costa – a102631

Rafaela Amaral – a102600



## Índice

<b>Agência e caso abordado</b>	3
<b>Apresentação do caso: instituição</b>	4
Apresentação da instituição	4
Histórico da instituição	4
Histórico da Comunicação	4
Descrição dos serviços e atividades	5
<b>Auditoria da Estratégia Global de Comunicação</b>	6
Campanhas	6
Ações	6
Meios/ Suportes / Canais	6
Públicos-alvo	6
Objetivos	7
Análise SWOT	7
<b>Campanha / Ação</b>	8
Objetivos	8
Públicos-alvo	9
Meios de divulgação	9
<b>Conceção criativa</b>	10
<b>Conclusão e reflexão de síntese</b>	11



## Agência e caso abordado

O grupo de trabalho que integra a organização deste projeto é composto pelas alunas Camila Valente, Mara Sobral, Margarida Vale, Maria Costa e Rafaela Amaral, que constituem a agência “Five steps closer” (“Cinco passos mais perto”, traduzido para a língua portuguesa).

O nome da agência surgiu do facto de esta ser composta por cinco elementos, o que justifica o termo “Five steps”, complementado pelo adjetivo “closer” numa perspetiva de indicar que trabalhamos no intuito de nos aproximarmos daqueles que se associam a nós.



*Figura 1- Logótipo da agência "Five steps closer"*

Como agência, pretendemos ser auxílio, porto seguro e esperança para aqueles que fazem parte da(s) instituição(ões) com as quais trabalhamos, estando mais próximos deles na perspetiva da realização de um acompanhamento face a face no âmbito do trabalho de campo.

Entre várias empresas/organizações/instituições que ponderamos serem de interesse abordar no contexto deste projeto, como a “Cruz Vermelha”, o “Canil de Braga”, a “FisioDume” e a “Adolescere”, bem como pequenos negócios como lojas de roupa locais, apenas duas destas se mostraram recetíveis à ideia de colaborar connosco, tendo sido a “FisioDume” e a “Adolescere”. Após nos termos dirigido aos respetivos locais e termos recolhido informação em espécie de entrevista sobre as duas organizações, optamos por escolher como caso para o nosso projeto a instituição “Adolescere”, com o intuito de podermos ser uma esperança no que toca à divulgação dos seus serviços, bem como no contexto da comunicação, para além de ter sido uma associação com a qual simpatizamos de imediato e atribuímos uma acrescida empatia, uma vez que os seus objetivos e valores nos tocam e emocionam de alguma forma enquanto grupo mas também de forma individual.



## **Apresentação do caso: instituição**

### Apresentação da instituição

A “Adolescere (“Desenvolvimento” em latim) – Associação de Apoio à Criança e ao Adolescente” é uma organização sem fins lucrativos – Instituição Particular de Solidariedade Social – e faz parte da Rede Social do Concelho de Braga. A sede inicial que deu origem ao projeto da mesma em 2017 passou a situar-se no centro da cidade devido a uma doação de uma senhora que acompanhava a associação, contudo existem ainda outras duas “sedes” atualmente. A “Adolescere” pretende melhorar a qualidade de vida da população vulnerável, essencialmente adolescentes e crianças com ou sem suporte familiar. Esta instituição prossegue ainda em projetos de cooperação na área da educação e formação profissional dos cidadãos, no sentido de contribuir para combater os fenómenos que levam à exclusão e desproteção social e combater os fatores de exclusão.

### Histórico da instituição

Carla Fernandes, a principal responsável pela instituição, passou por alguns empregos enriquecedores tais como trabalhadora na CPCJ em 2013, em 2014 numa junta de freguesia e, mais tarde, numa escola com contrato de emprego de inserção, de onde ficou desempregada. Foi então que, em 2015, Carla fundou a instituição “Adolescere”, pois sentiu que faltava apoio aos problemas das crianças e jovens em Braga: “Braga precisava de uma associação que respondesse às problemáticas da infância e juventude”, afirma a própria. Entretanto foi convidando algumas pessoas interessadas, uma vez que para fundar uma associação é necessário um número mínimo de elementos. Assim, esta instituição é constituída por 11 elementos que no dia 21 de outubro de 2015 se dirigiram às finanças para registar a “Adolescere”.

A primeira reunião foi feita numa pequena sala da junta de freguesia onde anteriormente Carla Fernandes trabalhava, tendo sido lá a “primeira sede” da instituição. Em 2017 passaram para um espaço doado e dois anos depois Carla criou o seu primeiro local de trabalho.

### Histórico da Comunicação

Em termos de divulgação, utilizam maioritariamente as redes sociais, como o Facebook, o Instagram e o LinkedIn para divulgar esta instituição, bem como os seus objetivos e serviços. Como complemento, têm ainda o seu site onde está presente toda a informação sobre a associação.

A “Adolescere” não tem ainda um plano de comunicação devido à falta de meios financeiros e afirmam que os meios sociais não lhes dão muita visibilidade, nomeadamente os jornais para os quais enviam a informação que consideram pertinente e por onde procuram divulgar a associação, ainda que esses artigos não sejam publicados. A título de exemplo, a



instituição recebeu um prémio de Direitos Humanos numa celebração em Lisboa, que se concentrava neste tema, contudo a notícia deste reconhecimento foi apenas publicada por um jornal local, não obtendo a dimensão esperada. Contrariamente, a RUM (Rádio Universitária do Minho) divulga as mais diversas atividades e ações da “Adolescere”.

### Descrição dos serviços e atividades

Esta associação tem como serviços e atividades desenvolver ações com vista à diminuição de comportamentos de risco e condutas desviantes; serviços de atendimento e aconselhamento orientados para as crianças, adolescentes e famílias; cuidar e tratar da família para que a criança não seja retirada a esta; no caso da criança ser retirada, tratar da família e da criança de modo a que esta possa voltar para o seu seio; no caso de separação dos pais, a instituição promove encontros entre os pais e as crianças supervisionados; acolhe e trata a população deslocada; fornece habitação, acompanhamento, ajuda no processo de documentação e aprendizagem num programa de 18 meses; fornecem ajuda às famílias monoparentais; dão habitação às crianças não acompanhadas; compram e mobilam casas; ações de promoção e educação para a saúde; ações para a promoção da Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação; e promover campanhas de angariação de fundos.

Em conversa com um dos membros da “Adolescere”, foram transmitidas informações relativamente a outros tipos de atividades desenvolvidas pela associação, quer com as crianças mais novas, quer com os adolescentes e jovens adultos. Relativamente às atividades com os mais novos, foi informado que lhes são dadas aulas de português por um membro da associação, são desenvolvidas atividades no seio cultural e artístico, pois estas crianças vão, juntamente com a “Adolescere”, visitar museus e exposições da zona de Braga, bem como assistir a concertos. No entanto, estas atividades não ficam apenas por Braga, pois recentemente foi feita uma visita ao Porto juntamente com estas crianças e jovens. Também no ramo das atividades semelhantes às escolares, os mais novos e os adolescentes praticam atividades desportivas com os voluntários da associação.

Apesar de uma vasta lista de atividades produzidas pela associação, esta não dispõe de um plano fixo de atividades a realizar, pois estes momentos lúdicos são feitos de acordo com as verbas adquiridas ao longo do ano – quanto mais dinheiro for angariado, mais atividades são feitas.

Quando perguntado, a colaboradora da “Adolescere” contactada informou que não existe distinção entre as crianças filhas de pais divorciados, aquelas que não têm pais, as refugiadas, e todas aquelas que são acolhidas pela associação. Todas as atividades são iguais para todas as crianças e jovens, ainda que seja mais comum que esses momentos aconteçam principalmente com aqueles que são refugiados.



## **Auditoria da Estratégia Global de Comunicação**

### Campanhas

A “Adolescere” realizou uma campanha de recolha de alimentos e bens de primeira necessidade, promovida e realizada por Cristina Araújo, LDA, para poder atribuí-los às crianças, jovens e famílias que passam “pelas suas mãos.” Esta campanha surgiu de uma necessidade, pois esta é uma associação sem fins lucrativos e não dispõe de uma situação financeira confortável que permita adquirir bens alimentares, de higiene pessoal e doméstica com a frequência que estes jovens necessitam. Com a divulgação desta iniciativa, acabou por ser possível não só captar a atenção das pessoas para a associação, dado o motivo da campanha realizada, mas também para aquilo que pretende fazer – promover mais qualidade de vida àqueles que acabam por ser os seus clientes.

### Ações

Numa tentativa de convocar diferentes funções de publicidade, a “Adolescere” tende a dar a conhecer aos jornais locais os seus serviços, bem como atividades associadas. No entanto, não recebe qualquer tipo de feedback por parte destes meios, o que acaba por dificultar o âmbito das ações nesta organização.

Quanto à tentativa de convocar funções de RP (Relações Públicas), a “Adolescere” acaba por não ter o melhor dos sucessos, visto que para além de não terem ninguém a trabalhar neste âmbito, também não lhes é possível fazer chegar essa informação ao “público”, uma vez que não acedem aos seus pedidos de publicidade.

### Meios/ Suportes / Canais

Apesar da dificuldade que apresenta no âmbito da estratégia global de comunicação, a “Adolescere” mantém ativo o seu site, onde disponibiliza grande parte da informação sobre a associação, desde os seus serviços aos seus objetivos, entre outros fatores. Também as redes sociais têm sido uma “mais valia” para a “Adolescere”, uma vez que é principalmente através do Facebook, Instagram e LinkedIn.

Um outro meio utilizado pelo “Adolescere” é a rádio, particularmente a Rádio Universitária do Minho, que divulga as atividades, conquistas e serviços da associação.

### Públicos-alvo

A “Adolescere” tem como principal público-alvo as crianças, jovens e famílias que de alguma forma necessitam dos seus serviços, quer seja para tratar da família e da criança de modo a que esta possa voltar para o seu seio, promover encontros entre os pais (divorciados) e as crianças, entre outras atividades.

Também os refugiados e população deslocada são um importante público-alvo da associação, uma vez que esta também se disponibiliza a dar-lhes habitação, acompanhamento e outros tipos de ajudas durante um espaço de tempo de 18 meses.



## Objetivos

Entre os principais objetivos da “Adolescere” encontram-se a prestação de serviços e de outras iniciativas de promoção da saúde, do bem-estar e qualidade de vida das crianças e adolescente, famílias e comunidades, nomeadamente o apoio a crianças e adolescentes em situação de risco social; apoio à sua integração social e comunitária; promoção e proteção da saúde; educação e formação das crianças, adolescentes e suas famílias.

## Análise SWOT

Fatores Positivos	Fatores Negativos
<p><b>S-</b> 1. A associação dispõe de uma equipa bem estruturada e equilibrada, desde os responsáveis, até aos psicólogos e todos aqueles que contribuem para fazer possível a existência dos vários serviços.</p> <p>2. Dado o facto de não ser tão reconhecida, a associação consegue despender de um maior tempo e atenção às crianças que acolhem.</p> <p>3. A associação dispõe de voluntários que colaboram nas atividades com as crianças e jovens.</p>	<p><b>W-</b> 1. A localização da associação apresenta-se como um entrave em vários sentidos, quer na acessibilidade em chegar ao local, quer mesmo no sentido estético.</p> <p>2. Atualmente a sede localiza-se em Braga, no 5º andar de um shopping pouco frequentado, o que reflete alguns constrangimentos relativamente às suas instalações: local com pouca iluminação, local degradado, e com falta de sinalização (direções de como lá chegar).</p> <p>3. Falta de financiadores/investidores.</p>
<p><b>O-</b> 1. Criar novas instalações da “Adolescere”, em que estas sejam num local mais acessível e menos escondido, e onde os espaços sejam de qualidade para todas as crianças e jovens que colaboram com a associação.</p> <p>2. Conseguir arranjar investidores com as nossas campanhas, para que estes possam colaborar e ajudar de forma financeira a associação.</p>	<p><b>T-</b> A falta de uma estratégia de comunicação e de pessoas especializadas a trabalhar nesse âmbito têm sido a maior ameaça para a associação, pois dificulta de uma forma significativa o conhecimento daquelas que são as suas atividades e tudo o que dispõem ao serviço do público, o que de alguma forma tem impacto na aderência a estes mesmos serviços, ao contrário da maioria da concorrência que investe mais nesse sentido.</p>

SWOT



## Campanha / Ação

### Objetivos

#### ➤ **Campanha 3 em 1**

A campanha pensada pelo grupo para divulgar a associação e promover os serviços da mesma consiste em três pilares fundamentais:

- Fundos/doações;
- Divulgação/Comunicação;
- Crianças e jovens em situação de risco social.

A campanha em questão é pensada de modo a ter lugar na avenida Central de Braga, no dia 20 de junho pelas 15:00h.

#### ➤ **Persuasão / Ação**

A campanha está pensada de modo a incluir duas secções distintas e com diferentes orientações:

Palestras para adultos conhecerem a instituição e como podem ajudar através das doações, bem como visita às instalações para conhecerem. As palestras são pensadas de forma a serem realizadas na própria instituição, devido a uma questão de acústica e atenção por parte daqueles que a elas assistem, e ainda com o objetivo destes adultos conhecerem as instalações atuais de modo a perceber o ponto de situação e de que forma as instalações precisam de ser totalmente remodeladas.

Espaços de atividades para que as crianças, tanto da instituição como fora desta, possam se divertir sem esquecer o propósito (atividades para elas distraírem e perceberem que a instituição é como uma família, onde se sentem bem, felizes e divertidos) – Estas atividades são pensadas de modo a serem executadas na avenida central, em espaço exterior.

Colocar pontos de recolha de brinquedos, alimentos, roupas, entre outros, nas escolas públicas.

Como principais objetivos, a campanha visa:

- Angariar fundos (dinheiro, espaço, brinquedos, roupa) – intenção ganhar essencialmente fundos para um novo espaço;
- Promover a associação para que as crianças se sintam confortáveis e seguras;
- Ganhar visibilidade tanto para os doadores como para quem precisa da ajuda;
- Atrair investidores que possam ajudar na expansão da associação para que as novas crianças tenham espaço onde ficar.





### Públicos-alvo

**Todos os membros participantes são necessários para a realização da campanha, ainda que os possamos hierarquizar por ordem de importância para a organização:**

1. Crianças e jovens;
2. Adultos (pais das crianças/jovens e interessados na associação);
3. Investidores;
4. Media (para divulgação);
5. Membros da direção da CPCJ - Comissões de Proteção de Crianças e Jovens – instituição reconhecida a nível nacional, cuja presença aumenta a credibilidade da campanha, bem como da associação e dos seus serviços.

### Meios de divulgação

Para divulgação da campanha e para atingir uma maior diversidade de público, a “5 steps closer” considera que seria de extrema importância a divulgação em diversos e distintos meios, sendo estes as redes sociais da associação, cartazes, jornais locais, rádio.

Alguns destes meios requerem uma certa disponibilidade financeira, contudo esse tipo de divulgação é essencial para que mais pessoas tenham acesso à informação sobre a campanha e possam comparecer na mesma, uma vez que nem todos utilizam as redes sociais e ainda nem todos os que as utilizam conhecem as da associação “Adolescere”. O dinheiro dispensado para estes serviços será recompensado com o dinheiro angariado na campanha.



## Conceção criativa

Para o parâmetro da conceção criativa, a agência “5 steps closer” procedeu à realização dos cartazes que tem como objetivo espalhar pela cidade de Braga para a promoção da campanha idealizada, de seu nome “Campanha 3 em 1”, pensada para que seja um dia aberto relativamente à associação “Adolescere”, de modo a dar a conhecer as suas atividades, objetivos, entre outros.



Como complemento para a associação, a agência “5 steps closer” visa ainda desenvolver as redes sociais já existentes da “Adolescere”, nomeadamente com a partilha de posts mais regulares sobre as diversas atividades desenvolvidas, de modo a dar a conhecer ao público todos os serviços da instituição, criando entre eles uma proximidade.

Neste sentido, a “5 steps closer” pretende ainda criar um perfil da associação em mais plataformas, particularmente no TikTok. Por ser uma rede em ascensão, o TikTok permitiria que os conteúdos partilhados pela “Adolescere” se tornassem mais reconhecidos, sendo também uma vantagem o facto desta rede ter vindo a atingir maioritariamente um público-alvo mais jovem.



## Conclusão e reflexão de síntese

A agência “5 steps closer” selecionou a associação “Adolescere”, pois considera que esta é fundamental para a inclusão das crianças e jovens em risco social na sociedade.

Trabalhar com esta associação foi, desde início, um desafio para a nossa agência, visto que tem poucos recursos financeiros, o que faz com que as apostas na divulgação de informação e publicidade sejam escassas. Neste sentido, consideramos de grande importância que existam investidores que apostem na melhoria da promoção da associação, bem como nas suas instalações, uma vez que estas são de fracas condições e a sua localização não é estratégica, quer seja em termos de apelatividade, quer em termos de acesso.

No entanto, houve também fatores facilitadores que contribuíram para que o trabalho corresse de uma forma mais eficiente, sendo eles a facilidade em contactar a associação, bem como o rápido agendamento de um encontro com Carla Fernandes, principal responsável da “Adolescere”, que mostrou uma agradável disponibilidade em nos receber e esclarecer qualquer dúvida existente.

Assim, consideramos relevante ajudar uma associação sem fins lucrativos, planeando uma campanha em que apontamos como objetivos principais angariar fundos, quer sejam monetários, quer sejam em comida e brinquedos / roupa para as crianças e jovens da instituição, promover a associação em si fazendo com que esta ganhasse visibilidade, e atrair investidores.

Em suma, trabalhar em prol desta associação foi, apesar de um desafio, uma experiência enriquecedora, pois foi necessário que utilizássemos a nossa criatividade para a criação de uma campanha que tentasse de alguma forma combater todos os problemas que a “Adolescere” enfrenta atualmente.