



ESCOTEIROS
DO BRASIL

© Alexandre de Araújo | Escoteiros do Brasil



Comunicação

Plano de Comunicação

dos Escoteiros do Brasil - 2020/2021



© **União dos Escoteiros do Brasil**

Plano de Comunicação

Julho 2020

Escritório Nacional dos Escoteiros do Brasil

Rua Coronel Dulcídio. 2107

Bairro Água Verde

Curitiba (PR) - Brasil

CEP 80250-100

Tel.: (41) 3353-4732

Fax: (41) 3090-7928

comunicacao@escoteiros.org.br

escoteiros.org.br

A reprodução é autorizada às Regiões Escoteiras e Unidades Escoteiras Locais que integram a União dos Escoteiros do Brasil, desde que concedido o crédito pela fonte.

Plano de Comunicação

dos Escoteiros do Brasil

Comunicação

Plano de Comunicação dos Escoteiros do Brasil

2º Edição - Maio de 2021

Realização

Diretoria Executiva Nacional

Elaboração e Diagramação

Gabriel Rodrigues

Organização

Marcelo de Gregori

Colaboração e Revisão

Cristine Ritt, Marcelo de Gregori e Marjorie Friedrich

"O melhor meio para alcançar a felicidade
é contribuir para a felicidade dos outros."

Baden Powell y Silwell

Sumário

Mensagem Inicial	06
1. Apresentação	07
1.1 Base Estratégica	08
1.2 Estrutura Organizacional	08
2. Planejamento Estratégico	09
2.1 Diagnóstico	09
2.2 Estratégias de Comunicação	10
2.3 Posicionamento	11
2.4 Mensagem	12
2.5 Objetivo Estratégico	12
2.6 Objetivos Específicos	12
3. Públicos	13
3.1 Público Interno	13
3.2 Público Externo	15
3.3 Parcerias Estratégicas	15
4. Ações Estratégicas	16
4.1 Comunicação Interna	16
4.2 Comunicação Externa	17
4.3 Parcerias Estratégicas	17
5. Aplicabilidade	18
5.1 Orientações ao Nível Regional e Local	18
5.2 Deveres do Nível Regional	19
6. Canais Oficiais	20
7. Cronograma	22
8. Investimento	25
9. Referências	26

Mensagem Inicial

O Movimento Escoteiro é uma organização centenária de educação não-formal, fundada em 1907, na Inglaterra, por Robert Baden-Powell (B-P). Aproveitando os elementos positivos de camaradagem, iniciativa, coragem e autodisciplina presentes na sua vida militar, bem como técnicas que seriam úteis no desenvolvimento dos jovens, B-P criou um novo movimento educacional que já faz parte da vida de 54 milhões de pessoas em todo o mundo.

O escotismo foi criado, por essência, para ser um movimento juvenil, feito por jovens e para jovens, com o auxílio de adultos voluntários. Se chama movimento por estar em constante transformação, acompanhando as mudanças da geração, mas sem perder seu propósito educacional.

Presente no Brasil desde 1909, os Escoteiros do Brasil realizaram, em 2009, a mais recente atualização da marca da instituição. Desde 1929, já foram quatro marcas oficiais que identificaram a organização – a última atualização havia sido em 1950. Nesse período, a comunicação também mudou. E hoje, mais do que nunca, estamos sempre em movimento, conectados e com o escotismo presente em diversas plataformas, sejam elas on-line ou off-line.

Para tornar a comunicação escoteira possível, são dezenas de profissionais e voluntários espalhados por todo o país. Jornalistas, fotógrafos, relações-públicas, publicitários, filmmakers, designers, desenvolvedores, estão entre outros inúmeros profissionais que têm um interesse em comum: mostrar ao mundo o que é o Movimento Escoteiro. Escoteiros, voluntários e profissionais, que conhecem e vivem o propósito pelo qual se dedicam e assim possibilitam uma comunicação cada vez mais assertiva e eficaz.

A comunicação é a base da existência de todas as organizações e hoje é uma das seis prioridades estratégicas da Organização Mundial do Movimento Escoteiro, vista como uma estratégia para atrair e reter novos integrantes, motivar voluntários e profissionais, estabelecer parcerias e obter recursos financeiros. Essa área é tão importante que, do nível local ao mundial, não se comunicar pode significar não existir. A comunicação garante o reconhecimento da organização pela sua relevância educacional e pelo impacto gerado pelo escotismo na sociedade.

Ainda há muito a aprimorar e o maior desafio é dar continuidade a tudo o que já foi construído, além de constantemente promover ações que reforcem a marca e o posicionamento dos Escoteiros do Brasil. Isso é possível por meio da aproximação com a imprensa e com o público externo, firmando parcerias e reforçando o papel como a maior organização de terceiro setor para educação de jovens no mundo.

Os Escoteiros têm muito a explorar, ensinar e crescer, e assim como em uma aventura com os amigos, isso só é possível com um norte na bússola para seguir. Esse Plano tem este objetivo: ser uma bússola para o caminho da comunicação dos Escoteiros do Brasil.

1. Apresentação

A **União dos Escoteiros do Brasil - UEB**, fundada em 4 de novembro de 1924, é uma associação com atuação nacional, sem fins lucrativos, de caráter educacional, cultural, beneficente e filantrópico, que congrega todos que praticam o Escotismo no Brasil. A União dos Escoteiros do Brasil é a única organização brasileira reconhecida pela **Organização Mundial do Movimento Escoteiro**, sendo titular deste registro internacional desde sua fundação.

A associação é responsável por dirigir e acompanhar as práticas escoteiras em mais de 1.684 Unidades Escoteiras Locais, em **745 cidades** espalhadas em todo o território nacional. No ano de 2019, **111.953 pessoas** estiveram associadas aos Escoteiros do Brasil, sendo **82.228 jovens** entre 6,5 e 21 anos, e **29.725 adultos voluntários**. No mundo são mais de **54 milhões de escoteiros**.

Considerado como um **movimento de educação não-formal**, o Escotismo ultrapassa as barreiras e se firma como um movimento educacional por proporcionar aos jovens o seu desenvolvimento pessoal em diferentes áreas, de forma sempre variada e atual, que vão ao encontro das necessidades das novas gerações.

Os Escoteiros do Brasil possuem uma estrutura profissional e voluntária de comunicação há pouco mais de dez anos, com ênfase a partir do ano de 2009, com a criação de nova versão da marca institucional e do manual de identidade visual. Esta foi a quinta atualização da marca desde 1929, sendo que a última havia sido desenvolvida em 1950.

A comunicação nacional tem o objetivo de representar de forma direta o que são e o que fazem os escoteiros. A marca institucional representa um símbolo humanizado, espontâneo e com cores alegres, em uma sobreposição de perfis, representando criança e jovens nas suas diversidades. Além da atualização de identidade visual, alterou-se também a forma de apresentação da organização desde então, que passou de União dos Escoteiros do Brasil para Escoteiros do Brasil.

1.1 Base Estratégica

Os Escoteiros do Brasil, ancorados no Planejamento Estratégico 2016-2021, propõem missão, visão e valores que buscam dar continuidade ao trabalho institucional realizado ao longo do último século, com foco no desenvolvimento de crianças e jovens em todo o país.

Missão: Contribuir para a educação de jovens, por meio de um sistema de valores baseado na Promessa e na Lei Escoteira, para ajudar a construir um mundo melhor onde as pessoas se realizem como indivíduos e desempenhem um papel construtivo na sociedade.

Visão: Até 2023, o Escotismo no Brasil será o mais relevante movimento de educação juvenil, possibilitando que 200 mil jovens sejam cidadãos e cidadãs ativos que inspirem mudanças positivas em suas comunidades e no mundo.

Valores: Os valores institucionais que norteiam a organização representam as convicções dominantes e crenças básicas, a fim de se tornarem elementos motivadores e capazes de induzir os comportamentos e as atitudes em todos os níveis e temas dos Escoteiros do Brasil. Os valores institucionais estão de acordo com a nossa Lei e Promessa Escoteira e são: diversidade, honestidade, excelência, democracia, inclusão, inovação, compromisso, sustentabilidade, cooperação, transparência e unidade.

A Missão e a Visão podem ser apresentadas de uma forma condensada como:

Missão: Educar os jovens para que inspirem mudanças positivas em suas comunidades.

Visão: Construindo um mundo melhor.

1.2 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional dos Escoteiros do Brasil é constituída em três níveis institucionais:

Nacional: com autoridade em todo o território brasileiro, é dirigido pela Diretoria Executiva Nacional, que atua de forma voluntária e é responsável pela coordenação do Escotismo em todo o Brasil.

Regional: denominado Região Escoteira, abrange um Estado da federação, e atua como uma filial do nível nacional, sendo formado por Diretorias voluntárias eleitas regionalmente;

Local: constituído pelas Unidades Escoteiras Locais, que podem ser Grupos Escoteiros ou Seções Escoteiras Autônomas, onde são realizadas as atividades do Escotismo e o contato direto com os jovens e com a comunidade.

2. Planejamento Estratégico

2.1 Diagnóstico

Identificam-se na organização algumas características que influenciam diretamente na execução das estratégias de comunicação, tais como:

Pontos positivos

- Equipe profissional exclusiva para a comunicação;
- Reconhecimento social da história do Escotismo;
- Voluntários e simpatizantes engajados na causa;
- Desenvolvimento de pautas que interessam aos associados;
- Presença nas redes sociais;
- Site institucional constantemente atualizado;
- Diálogo com as Regiões Escoteiras;
- Suporte no relacionamento com a imprensa;
- Capacitação de novos voluntários para comunicação;

Pontos negativos

- Ausência de padronização e alinhamento nacional à estratégia de comunicação, seus objetivos, sua mensagem, linguagem e identidade visual;
- Falta de posicionamento do Escotismo como um movimento de educação;
- Dificuldade na cooperação entre os níveis organizacionais em compromissos estratégicos que possam maximizar o impacto do Escotismo a nível nacional;
- Carência de líderes de comunicação na Rede Nacional de Comunicação que levem adiante a estratégia da organização.
- Ausência de recursos para inserção de propaganda na mídia.
- Existência de pré-conceitos da sociedade sobre a imagem do Escotismo;
- Dificuldades na comunicação intergeracional.

2.2 Estratégias de Comunicação

Em agosto de 2014, a 40ª Conferência Mundial do Movimento Escoteiro aprovou a atual Estratégia Mundial da organização que inclui a área de **Comunicação e Relacionamento** como uma das seis **prioridades estratégicas do Escotismo**.

A partir desta estratégia foi definido que o Escotismo deve retratar com precisão o que é feito e porque é feito, refletindo os **valores compartilhados entre os escoteiros de todo o mundo**. Utilizando-se dos métodos mais importantes de comunicação e engajando-se em parcerias estrategicamente relevantes, **o Escotismo deve ser reconhecido como o principal movimento juvenil do mundo**.

Áreas Operacionais

Para atingir os objetivos desta estratégia, foram definidas **três áreas operacionais**, que também são replicadas pelos Escoteiros do Brasil e adaptadas à nossa realidade:

Comunicação Interna

Inclui todas as atividades e **interações que ocorrem entre o nível nacional, regional e local**. A grande maioria dos esforços e recursos está focado em facilitar um diálogo ativo com o Nível Regional, através de uma Rede Nacional de Comunicação. Os Escoteiros do Brasil oferecem os canais para que os associados se envolvam e compartilhem boas práticas, porém a comunicação individual com os associados é uma atribuição principalmente do Nível Local.

Comunicação Externa

Refere-se a todas as comunicações e interações que ocorrem entre os diferentes públicos dos Escoteiros do Brasil por meio da **imprensa**. O esforço focado nessa área busca contribuir com a divulgação regional e local do Escotismo, atingindo o público em geral dentro da área de abrangência dos veículos.

Parcerias Estratégicas

Inclui a identificação, desenvolvimento e manutenção de todos os relacionamentos institucionais dos Escoteiros do Brasil com **organizações externas** que possam apoiar na Missão do Escotismo, permitindo que estes parceiros se envolvam com o nível nacional e beneficiem o Nível Regional e Local. Isso inclui, por exemplo:

- Organizações governamentais;
- Organizações não governamentais;
- Empresas privadas;
- Fundações;
- Representantes governamentais;
- Instituições de ensino;
- Conselhos de governança;
- Entidades representativas;
- Potenciais apoiadores, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas.
- Instituições religiosas;
- Organizações comunitárias.

2.3 Posicionamento

O que é o escotismo?

O Escotismo é um movimento de educação não-formal, baseado em valores que oferecem aos jovens o desenvolvimento de habilidades para que se tornem cidadãos ativos e capazes de criar uma mudança positiva e de impacto social em suas comunidades e no mundo.

Como fazemos isso?

Usando o **Método Escoteiro**, ajudamos os jovens a se envolverem em oportunidades de aprendizado não-formal junto com seus amigos. Isso inclui envolver-se em questões locais com base nas necessidades da sua realidade em temas como: educação, empoderamento juvenil, voluntariado, desenvolvimento sustentável, promoção da paz e do diálogo, diversidades, liderança, entre outros tópicos.

Palavras-chave

Os Escoteiros do Brasil são definidos, a partir da estratégia de comunicação, pelas palavras-chave:

- Educação para a vida;
- Jovem;
- Desafiador;
- Positivo;
- Autêntico;
- Inspirador;
- Confiante;
- Engajado;
- Zeloso.

Imagem e Vídeo

Para nortear a comunicação visual, a imagem que o Escotismo quer transmitir, seja em fotos ou vídeos, é de uma organização:

- Jovem;
- Ao ar livre;
- Feliz;
- Diversa (de culturas, gênero, geografia, religião, entre outros);
- Em ação;
- Empreendedora;
- Coletiva.

2.4 Mensagem

A principal mensagem da marca do Movimento Escoteiro é a **educação não-formal dos jovens para a cidadania ativa**, apoiando a meta 4 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas e resumida como **“Educação para a vida”**.

Todas as comunicações, independentemente do tópico, devem se referir a esse objetivo principal, a fim de apoiar consistentemente a marca do Escotismo. Além disso, imagens com jovens devem ser usadas sempre que possível para manter a imagem do Escotismo voltada para a juventude. Ao fim de tudo, **o Escotismo deve ser conhecido primeiramente pela formação educacional** para uma cidadania ativa, e **após pelo impacto social** gerado por suas atividades.

2.5 Objetivo Estratégico

O Planejamento Estratégico dos Escoteiros do Brasil define que o objetivo estratégico de comunicação é **desenvolver estratégias de comunicação corporativa que garantam o reconhecimento da instituição pela relevância do papel e pelo impacto gerado pelo Escotismo na sociedade**.

Além deste, soma-se neste Plano de Comunicação, **alinhado à Organização Mundial do Movimento Escoteiro**, em termos de objetivos, de marca e mensagem, **promover o reconhecimento e a marca do Escotismo como um movimento global de educação**, e não apenas como uma organização.

Desse modo, define-se o atual objetivo estratégico de comunicação em: **“desenvolver estratégias de comunicação que garantam o reconhecimento dos Escoteiros do Brasil como o mais relevante movimento de educação para a juventude.”**

2.6 Objetivos Específicos

Os Escoteiros do Brasil possuem **sete objetivos específicos de comunicação** que estão alinhados às três áreas operacionais e possuem igual importância dentro das estratégias de comunicação:

Comunicação Interna

- Desenvolver processos efetivos de comunicação;
- Fortalecer o processo de gestão de marcas da instituição;
- Aprimorar o relacionamento com o associado.

Comunicação Externa

- Ampliar as ações de relacionamento com a imprensa;
- Divulgar o impacto social do Escotismo;
- Falar de maneira positiva e precisa sobre o Movimento Escoteiro.

Parcerias Estratégicas

- Trabalhar em parcerias mutuamente benéficas.

3. Públicos

A comunicação no Movimento Escoteiro é vista também como uma forma de atrair novos integrantes, reter associados, motivar voluntários e profissionais, além de permitir que a organização estabeleça parcerias e obtenha recursos financeiros para o desenvolvimento dos seus trabalhos. Os públicos de interesse dos Escoteiros do Brasil são classificados de acordo com as áreas operacionais da estratégia de comunicação.

3.1 Público Interno

Jovens

Chamados de **beneficiários**, são os membros juvenis, de 6,5 a 21 anos, que desfrutam da aplicação do Método Escoteiro nos ramos lobinho, escoteiro, sênior e pioneiro.

O jovem escoteiro é uma criança, adolescente ou jovem adulto que tem interesse por aventura e gosta de viver em uma comunidade de pessoas que têm o mesmo ideal. Adora esportes, busca uma vida saudável e respeita a natureza, pois viver ao ar livre é uma das principais características do Escotismo. Este jovem está disposto a ajudar ao próximo e é útil à sociedade. É curioso, gosta de inovação e sabe trabalhar em equipe. São formadores de opinião em suas famílias e comunidades, além de futuros líderes.

Adultos Voluntários

São os **escotistas e dirigentes**, a partir dos 18 anos, que possuindo a capacitação preestabelecida para o fim a que se propõem, podem ser nomeados ou eleitos para cargos ou funções dentro de uma Unidade Escoteira Local, ou das estruturas dos níveis Regional e Nacional. Os escotistas atuam diretamente com os jovens como chefes de seção, assistentes, instrutores e outros auxiliares. Já os dirigentes atuam como integrantes de Diretorias, Comissões Fiscais, Comissões de Ética e Disciplina e Comissões de Assembleia.

Familiares

São os **contribuintes**, pais ou responsáveis dos beneficiários, membros dos Clubes da Flor de Lis, Conselho de Pais e pessoas ou entidades admitidas pela respectiva Diretoria e que realizam contribuições regulares, segundo critérios definidos pelas Assembleias correspondentes, na forma de seus respectivos regulamentos.

Apoiadores

Estes podem ser: **colaboradores**, antigos escoteiros e outras pessoas aceitas pela Diretoria do respectivo nível; **membros filiados**, que são as instituições escoteiras, com personalidade jurídica própria, reconhecidos pela UEB por decisão da Diretoria de nível imediatamente superior àquela entidade; **membros beneméritos e honoríficos**, que são todos aqueles que, a critério da Diretoria do nível a que se acham vinculados, assim deliberarem.

Número de associados e jovens

Em 2019, os Escoteiros do Brasil encerraram o ano com **111.953 associados**, sendo 67.385 do sexo masculino e 44.568 do sexo feminino. Deste total, **29.725 são adultos voluntários** - 14.079 mulheres e 15.646 homens - e **82.228 jovens** nas seguintes faixas etárias:

Jovens por idade	82.228 jovens
Ramo Lobinho - 6,5 a 10 anos	30.491 jovens
Ramo Escoteiro - 11 a 14 anos	33.208 jovens
Ramo Sênior - 15 a 17 anos	13.476 jovens
Ramo Pioneiro - 18 a 21 anos	5.053 jovens

Abrangência Geográfica

Todas as ações previstas neste Plano referem-se ao Nível Nacional, podendo também serem replicadas no Nível Regional e Local devidamente adaptadas ao contexto em que serão realizadas. Atualmente, os Escoteiros do Brasil estão presentes em 745 cidades em todo o território nacional e os cinco estados com maior número de escoteiros correspondem a 69,75% do total de associados, com 78.097 pessoas, entre jovens e adultos.

Cinco estados com mais escoteiros	78.097 associados
São Paulo	29.111 associados
Rio Grande do Sul	15.030 associados
Paraná	11.879 associados
Santa Catarina	11.858 associados
Minas Gerais	10.219 associados

3.2 Público Externo

Imprensa

O relacionamento com a imprensa busca alcançar ao público em geral, valorizando as histórias de jovens e voluntários e contribuindo com a divulgação nacional, regional e local do Escotismo, buscando sempre retratar o Movimento de uma maneira precisa e positiva.

3.3 Parceiros Estratégicos

Ao comunicar-se com parceiros institucionais, os Escoteiros do Brasil não reúnem apenas apoio direto ao Escotismo, mas também possibilitam novas oportunidades e parcerias adicionais para as Unidades Escoteiras Locais. Além disso, as parcerias estratégicas auxiliam no reconhecimento das atividades escoteiras como ações integrantes de um movimento global de juventude.

As parcerias devem ter a finalidade de influenciar públicos de interesse da organização na tomada de decisões em áreas correlatas a Missão e Valores do Movimento Escoteiro. Busca-se por meio destas o engajamento colaborativo para alcançar resultados mutuamente benéficos entre duas ou mais entidades, apoiando, compartilhando e trabalhando juntos em prol de uma mesma causa. Como especificado no item 2.2, nesse público estão incluídos, por exemplo:

- Organizações governamentais;
- Organizações não governamentais;
- Empresas privadas;
- Fundações;
- Representantes governamentais;
- Instituições de ensino;
- Conselhos de governança;
- Entidades representativas;
- Potenciais apoiadores, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas.
- Instituições religiosas;
- Organizações comunitárias.

Em Nível Nacional, as parcerias são de responsabilidade da área de Relacionamento Institucional, e não especificamente apenas da Comunicação. As parcerias regionais e locais são feitas a critério dos níveis correspondentes, mas sempre que necessário contando com apoio do Nível Nacional.

4. Ações Estratégicas

O Plano de Comunicação dos Escoteiros do Brasil possui três áreas operacionais dentro da sua Estratégia de Comunicação: Comunicação Interna, Comunicação Externa e Parcerias Estratégicas. Elas possuem igual importância, mas podem ser executadas separadamente conforme a necessidade e viabilidade para sua aplicação. As seções abaixo detalham as áreas operacionais e suas respectivas ações estratégicas.

4.1 Comunicação Interna

Desenvolver processos efetivos de comunicação

- Desenvolver um Plano Nacional de Comunicação, incluindo planejamento estratégico, públicos, objetivos, ações estratégicas, abrangência, cronograma, investimento e demais informações de relevância para a estratégia de comunicação da instituição.
- Estabelecer um fluxo de comunicação que atenda todos os níveis da instituição, por meio de mecanismos formais a fim de evitar dificuldades na compreensão das informações pelos associados;
- Construir e manter uma Rede Nacional de Comunicação que garanta a disseminação do fluxo de notícias e amplifique as campanhas e a mensagem dos Escoteiros do Brasil;
- Possuir uma equipe de comunicação composta por voluntários, sendo preferencialmente, mas não exclusivamente, de associados entre 15 e 30 anos, que trabalhará aliada à equipe profissional;
- Realizar a avaliação anual do Plano de Comunicação, além de planejar e elaborar o Plano de Comunicação 2022-2024.

Fortalecer o processo de gestão de marcas da instituição

- Atualizar o Manual de Identidade Visual;
- Orientar os associados sobre os processos de utilização das marcas da instituição;
- Fornecer suporte técnico de comunicação para as Regiões Escoteiras com a disponibilização de recursos gráficos, fotos, vídeos e releases;
- Monitorar e manter continuamente o processo de proteção das marcas da instituição;

Aprimorar o relacionamento com o associado

- Criar periódicos direcionados aos diversos públicos internos e um boletim informativo oficial de periodicidade mensal a todos os associados;
- Fortalecer o engajamento digital nos canais oficiais dos Escoteiros do Brasil, aumentando o alcance e a reputação do Escotismo nacional.
- Desenvolver ações de endomarketing para retenção de voluntários e apoio ao senso de pertencimento dos associados;
- Trabalhar o senso de unidade e o orgulho de fazer parte dos Escoteiros do Brasil a partir de ações de comunicação específicas elaboradas a partir dos valores da instituição;

4.2 Comunicação Externa

Ampliar as ações de relacionamento com a imprensa

- Elaborar um mailing nacional construído colaborativamente com as Regiões Escoteiras, ampliando as inserções na imprensa e realizando o monitoramento de mídia espontânea;
- Desenvolver materiais de orientação sobre o relacionamento com a imprensa;
- Fornecer treinamento e apoio aos porta-vozes da instituição ou àqueles designados a representar os Escoteiros do Brasil, seja interna ou externamente, nos níveis Regional, Nacional e Mundial;
- Utilizar metodologias de pesquisa para definir ações de comunicação com públicos específicos;

Divulgar o impacto social do Escotismo

- Fortalecer as ações de assessoria de imprensa internamente por meio do Escritório Nacional;
- Manter o nível Regional atualizado com as mais recentes informações relacionadas à comunicação para que sejam capazes de maximizar o impacto de divulgação;
- Utilizar preferencialmente a voz e imagens dos jovens para falar sobre o Escotismo;
- Promover histórias escoteiras de impacto que apoiem e ampliem a Missão e Valores do Escotismo;

Falar de maneira positiva e precisa sobre o Escotismo

- Estabelecer uma programação de conteúdos de comunicação em que possam ser incluídas pautas de interesse do público externo.
- Desenvolver um manual de gestão de crise;
- Fornecer plataformas oficiais do nível nacional que permitam aos jovens e voluntários compartilhar suas histórias escoteiras;

4.3 Parcerias Estratégicas

Trabalhar em parcerias mutuamente benéficas

- Alinhar a comunicação de projetos nacionais para que estes, independentemente dos canais oficiais, sejam reconhecidos como projetos dos Escoteiros do Brasil, não sendo vistos como iniciativas independentes ou de organizações parceiras, mantendo o poder da marca nacional preservada e consistente.
- Desenvolver e contribuir para ações de defesa de direitos e interesses da juventude;
- Fortalecer e manter o projeto de Embaixadores Institucionais com personalidades que contribuam para a imagem do Escotismo.

5. Aplicabilidade

5.1 Orientações ao Nível Regional e Local

Este Plano de Comunicação é focado no fazer. Com uma estratégia de comunicação nacional estabelecida, o próximo passo é trabalhar em todos os níveis para que ela seja implementada. O Nível Nacional irá trabalhar com as Regiões para reforçar o trabalho desenvolvido nessa área e, principalmente, melhorar a maneira como os Escoteiros do Brasil se comunicam com seus diferentes públicos.

Isso significa que as Regiões irão trabalhar em conjunto com o Nível Nacional, fortalecendo seus canais, compartilhando suas histórias e desenvolvendo parcerias mutuamente benéficas. O Nível Local levará parte das informações do Nível Nacional e Regional diretamente ao associado, sendo encorajado também a desenvolver este plano de trabalho de acordo com a sua realidade local.

As Regiões e as UELs são convidadas a dar feedbacks sobre a área de comunicação, além de apoiar esforços para melhorá-la. O Nível Regional também é incentivado a revisar suas próprias estratégias de comunicação a partir do Objetivo Estratégico e dos Objetivos Específicos do Nível Nacional. No que diz respeito às parcerias, ambos os níveis são convidados a se beneficiar daquelas estabelecidos em Nível Nacional, mas também são convidados a realizarem parcerias regionais e locais que fortaleçam a imagem do Escotismo.

5.1 Deveres do Nível Regional

A partir da implementação deste Plano, as Regiões Escoteiras assumem o dever de:

- Alinhar os objetivos, marca, linguagem, estilo e princípios detalhados no Plano de Comunicação;
- Aceitar a responsabilidade de construir uma imagem precisa e positiva do Escotismo em seu contexto regional;
- Compartilhar histórias relevantes dos associados em seus canais regionais, bem como enviá-las ao Nível Nacional;
- Ser ativo no desenvolvimento e implementação de parcerias;
- Compartilhar boas práticas com outras organizações não-governamentais;
- Incentivar os jovens a se envolverem em todos os aspectos do Plano de Comunicação, inclusive solicitando treinamento e atuando como porta-vozes e representantes;
- Nomear um voluntário ou profissional que seja responsável pela comunicação regional, informando os dados de contato dessa pessoa para garantir pontualidade e precisão na comunicação nacional;
- Criar uma equipe voluntária de comunicação cujo Coordenador integre a Rede Nacional de Comunicação;
- Seguir as especificações das Diretrizes Nacionais de Comunicação e do Manual de Identidade Visual.

6. Canais Oficiais

São considerados canais oficiais dos Escoteiros do Brasil:

Site Oficial escoteiros.org.br

Voltado ao público interno e externo, é onde são publicadas as notícias oficiais, documentos institucionais, relatórios de atividades, inserções na mídia, downloads, promoções, convênios, eventos e cursos. A atualização acontece sempre que houver a necessidade ou for solicitada alguma alteração. Os textos possuem linguagem jornalística, formal, evitando gírias e siglas.

Twitter twitter.com/escoteiros

Plataforma de interação focada no jovem. Utilizada principalmente na cobertura de eventos em tempo real e com maior participação e envolvimento dos jovens. Também é utilizada como termômetro para acompanhamento de menções ao Escotismo na rede e compartilhamento de informações do site oficial.

Facebook facebook.com/escoteirosdobrasiloficial

Canal diário de comunicação com o público interno e externo. Espaço para publicação de notícias, cobertura de eventos e conteúdo de engajamento do associado. Majoritariamente voltado ao público interno, especialmente os adultos voluntários e familiares.

Instagram instagram.com/escoteirosdobrasil

Utilizado para cobertura de eventos em tempo real, chamada para eventos e notícias. Voltando também para ações de interação como a utilização de enquetes e outras interações, adotando uma linguagem mais informal e próxima dos jovens.

Youtube youtube.com/escoteirosbrasil

Canal de vídeos da instituição para publicação de lives, webséries, vídeos institucionais e cobertura de eventos.

Flickr [flickr.com/escoteirosdobrasil](https://www.flickr.com/photos/escoteirosdobrasil/)

Banco de imagens aberto ao público e à imprensa com a cobertura de eventos e disponibilidade de download das imagens.

LinkedIn [linkedin.com/company/escoteiros-do-brasil](https://www.linkedin.com/company/escoteiros-do-brasil/)

Página oficial para publicações de interesse institucional e empresarial.

Os profissionais de comunicação do Escritório Nacional são os responsáveis pela produção de conteúdo e gerenciamento de publicações em todos os canais oficiais. Em eventos específicos, entretanto, a responsabilidade é compartilhada com voluntários de comunicação.

7. Cronograma

Com o propósito de alinhar a área de comunicação ao Planejamento Estratégico da instituição, o Plano de Comunicação deve ser preparado e executado a cada triênio, apoiando o correspondente Plano Trienal da Diretoria Executiva Nacional vigente. Sendo assim, considera-se que **o próximo Plano de Comunicação deve ser desenvolvido e programada a sua aplicação de janeiro de 2022 a dezembro 2024.**

Uma avaliação em relação aos progressos alcançados do Plano de Trabalho dos objetivos específicos deve ser feito ao final de cada ano, preferencialmente no mês de novembro. O relatório de ação e avaliação deve ser entregue em abril do ano posterior, junto da realização do Congresso e Assembleia Nacional.

Todas as ações previstas neste Plano de Comunicação têm como data de realização o período de três semestres, a contar de julho de 2020 a dezembro de 2021.

Parcerias Estratégicas		
1º Semestre (jul. a dez. 2020)	2º Semestre (jan. a jul. 2021)	3º Semestre (jul. a dez. 2021)
Trabalhar em parcerias mutuamente benéficas		
1. Alinhar a comunicação de projetos nacionais para que estes, independentemente dos canais oficiais, sejam reconhecidos como projetos dos Escoteiros do Brasil, não sendo vistos como iniciativas independentes ou de organizações parceiras, mantendo o poder da marca nacional preservada e consistente.	2. Desenvolver e contribuir para ações de defesa de direitos e interesses da juventude; 3. Fortalecer e manter o projeto de Embaixadores Institucionais com personalidades que contribuam para a imagem do Escotismo.	

Comunicação Interna		
1º Semestre (jul. a dez. 2020)	2º Semestre (jan. a jul. 2021)	3º Semestre (jul. a dez. 2021)
Desenvolver processos efetivos de comunicação		
<p>1. Desenvolver um Plano Nacional de Comunicação, incluindo planejamento estratégico, públicos, objetivos, ações estratégicas, abrangência, cronograma, investimento e demais informações de relevância para a estratégia de comunicação da instituição.</p> <p>2. Estabelecer um fluxo de comunicação que atenda todos os níveis da instituição, por meio de mecanismos formais a fim de evitar dificuldades na compreensão das informações pelos associados;</p>	<p>3. Construir e manter uma Rede Nacional de Comunicação que garanta a disseminação do fluxo de notícias e amplifique as campanhas e a mensagem dos Escoteiros do Brasil;</p>	<p>4. Possuir uma equipe de comunicação composta por voluntários, sendo preferencialmente, mas não exclusivamente, de associados entre 15 e 30 anos, que trabalhará aliada à equipe profissional;</p> <p>5. Realizar a avaliação anual do Plano de Comunicação, além de planejar e elaborar o Plano de Comunicação 2022-2024.</p>
Fortalecer o processo de gestão de marcas da instituição		
<p>1. Orientar os associados sobre os processos de utilização das marcas da instituição;</p> <p>2. Monitorar e manter continuamente o processo de proteção das marcas da instituição;</p>	<p>3. Fornecer suporte técnico de comunicação para as Regiões Escoteiras com a disponibilização de recursos gráficos, fotos, vídeos e releases;</p>	<p>4. Atualizar o Manual de Identidade Visual;</p>
Aprimorar o relacionamento com o associado		
<p>1. Fortalecer o engajamento digital nos canais oficiais dos Escoteiros do Brasil, aumentando o alcance e a reputação do Escotismo nacional.</p>	<p>2. Criar periódicos direcionados aos diversos públicos internos e um boletim informativo oficial de periodicidade mensal a todos os associados;</p> <p>3. Desenvolver ações de endomarketing para retenção de voluntários e apoio ao senso de pertencimento dos associados;</p>	<p>4. Trabalhar o senso de unidade e o orgulho de fazer parte dos Escoteiros do Brasil a partir de ações de comunicação específicas elaboradas a partir dos valores da instituição;</p>

Comunicação Externa		
1º Semestre (jul. a dez. 2020)	2º Semestre (jan. a jul. 2021)	3º Semestre (jul. a dez. 2021)
Ampliar as ações de relacionamento com a imprensa		
	<p>1. Fornecer treinamento e apoio aos porta-vozes da instituição ou àqueles designados a representar os Escoteiros do Brasil, seja interna ou externamente, nos níveis Regional, Nacional e Mundial;</p>	<p>2. Elaborar um mailing nacional construído colaborativamente com as Regiões Escoteiras, ampliando as inserções na imprensa e realizando o monitoramento de mídia espontânea;</p> <p>3. Desenvolver materiais de orientação sobre o relacionamento com a imprensa;</p> <p>4. Utilizar metodologias de pesquisa para definir ações de comunicação com públicos;</p>
Divulgar o impacto social do Escotismo		
<p>1. Fortalecer as ações de assessoria de imprensa internamente por meio do Escritório Nacional;</p> <p>2. Manter o nível Regional atualizado com as mais recentes informações relacionadas à comunicação para que sejam capazes de maximizar o impacto de divulgação;</p> <p>3. Utilizar preferencialmente a voz e imagens dos jovens para falar sobre o Escotismo;</p>	<p>4. Promover histórias escoteiras de impacto que apoiem e ampliem a Missão e Valores do Escotismo;</p>	
Falar de maneira positiva e precisa sobre o Escotismo		
<p>1. Estabelecer uma programação de conteúdos de comunicação em que possam ser incluídas pautas de interesse do público externo.</p>	<p>2. Fornecer plataformas oficiais do nível nacional que permitam aos jovens e voluntários compartilhar suas histórias escoteiras;</p>	<p>3. Desenvolver um manual de gestão de crise;</p>

8. Investimento

Para a entrega de ações e campanhas, a área de Comunicação atua prioritariamente buscando parcerias voluntárias tanto no que tange à criação, quanto à produção e veiculação de materiais. Em 2021, o custo orçado para as despesas operacionais de Comunicação está organizado da seguinte forma:

Investimentos de Comunicação	R\$ 422.690,00
Trabalhista	R\$ 197.000,00
Rescisões	R\$ 4.410,00
Consultoria de Comunicação Corporativa	R\$ 102.000,00
Administrativa	R\$ 30.430,00
Viagens	R\$ 7.000,00
Campanhas Nacionais	R\$ 10.000,00
Material Gráfico	R\$ 5.000,00
Serviços Terceirizados	R\$ 48.000,00
Cursos	R\$ 7.200,00
Plataformas digitais	R\$ 6.650,00
Seminário de Comunicação	R\$ 5.000,00

9. Referências

BADEN-POWELL, R. **Escotismo para rapazes – Edição da Fraternidade Mundial**. Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 1986.

NACIONAL, Diretoria Executiva. **Proposta Trienal de Trabalho para a Diretoria Executiva Nacional da União dos Escoteiros do Brasil 2019 - 2021**. Disponível em: <www.bit.ly/DEN20192021>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL. **Manual de Identidade Visual**, Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 2009. Disponível em: <www.bit.ly/mivescoteirosdobrasil>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL. **Estatuto da União dos Escoteiros do Brasil**. Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 2011. Disponível em: <www.bit.ly/estatutoescoteirosbr>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL. **Princípios, Organização e Regras**. Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 2013. Disponível em: <www.bit.ly/poescoteirosdobrasil>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL. **União dos Escoteiros do Brasil - Plano Estratégico - 2016/2021**. Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 2016. Disponível em: <www.bit.ly/planoueb>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL. **Relatório Anual 2019**. Curitiba: União dos Escoteiros do Brasil, 2020b. Disponível em: <www.bit.ly/relatorio2019ueb>. Acesso em: 2 jul 2020.

UEB-RS - UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL - RIO GRANDE DO SUL. **Diretrizes Regionais de Comunicação**. Porto Alegre: União dos Escoteiros do Brasil, 2019. Disponível em: <www.bit.ly/diretrizescomunicars>. Acesso em: 2 jul 2020.

WSB - WORLD SCOUT BUREAU. **Brand Manual**. WSB, Geneva, 2007. Disponível em: <www.scout.org/brandwosm>. Acesso em: 2 jul 2020.

WSB - WORLD SCOUT BUREAU. **Scout.Boom.Coom Training Manual**. WSB, [S.l.] 2008. Disponível em: <www.bit.ly/wosmscoutboom>. Acesso em: 2 jul 2020.

WSB - WORLD SCOUT BUREAU. **Strategy for Communications and Strategic Engagements**. WSB, Kuala Lumpur, 2017. Disponível em: <www.scout.org/csestrategy>. Acesso em: 2 jul 2020.

WSB - WORLD SCOUT BUREAU. **Triennial Plan 2014 - 2017**. WSB, Kuala Lumpur, 2014. Disponível em: <www.scout.org/wosm1417>. Acesso em: 2 jul 2020.

WSB - WORLD SCOUT BUREAU. **Triennial Plan 2017 - 2020**. WSB, Kuala Lumpur, 2017. Disponível em: <www.scout.org/wosm1721>. Acesso em: 2 jul 2020.



Escoteiros do Brasil
construindo um mundo melhor

© **União dos Escoteiros do Brasil**

Plano de Comunicação

Julho 2020

Escritório Nacional dos Escoteiros do Brasil

Rua Coronel Dulcídio, 2107

Bairro Água Verde

Curitiba (PR) - Brasil

CEP 80250-100

Tel.: (41) 3353-4732

Fax: (41) 3090-7928

comunicacao@escoteiros.org.br

escoteiros.org.br