

## **ANEXO “D” – ORIENTAÇÕES RELATIVAS À COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **1ª PARTE BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DO CONJUNTO C COBERTURA JORNALÍSTICA E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO**

#### **1. Cliente: Projeto Rondon - Ministério da Defesa.**

#### **2. Contextualização** (Diretriz Estratégico-Operacional do Projeto Rondon - PORTARIA GM-MD Nº 4.580, DE 26 DE AGOSTO DE 2022)

O Projeto Rondon é uma ação interministerial de cunho político e estratégico do Governo Federal, coordenada pelo Ministério da Defesa, destinada a contribuir com o desenvolvimento da cidadania nos estudantes universitários, empregando soluções sustentáveis para a inclusão social e a redução de desigualdades regionais e visando ao fortalecimento da Soberania Nacional.

Em estreita parceria com os Ministérios, que compõem o Comitê de Orientação e Supervisão (COS) do Projeto Rondon (Decreto nº 9.848, de 25 de junho de 2019), o Projeto Rondon torna-se uma ferramenta eficaz para fomentar o desenvolvimento sustentável e a capacitação da população dos municípios atendidos, com vistas a aproveitar as políticas públicas disponibilizadas pelos governos federal, estaduais e municipais.

No nível operacional, o referido Projeto tem o imprescindível apoio das Forças Armadas, que proporcionam o suporte logístico e a segurança necessários às operações. Conta, ainda, com a participação de instituições de ensino superior (IES), de governos estaduais e de prefeituras municipais.

Os recursos financeiros têm sua origem no orçamento do Governo Federal, complementados por emendas parlamentares e pelo estabelecimento de parcerias com órgãos e entidades da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, bem como de entidades privadas.

Todavia, o Projeto Rondon não substitui a ação dos órgãos de governo nos seus diferentes níveis. O benefício que o Projeto Rondon possa trazer para uma comunidade é decorrente da disponibilização de projetos autossustentáveis que atendam às demandas locais e que não dependam de atores externos às comunidades após a sua implantação.

Além disso, seu resultado prioritário - finalidade principal do Projeto Rondon - é a educação, em seu sentido mais amplo, do estudante universitário, comprometendo-o com a solução dos problemas brasileiros de desenvolvimento e de desigualdade nacionais, despertando no futuro profissional o sentimento de brasilidade e de cidadania.

#### **3. Eixos Estruturantes**

- Formação do jovem universitário como cidadão; e
- Desenvolvimento sustentável nas comunidades contempladas.

#### **4. Marca**

- A marca do Projeto Rondon é a sua assinatura institucional e deverá ser aplicada de acordo com os padrões apresentados em manual, que poderá ser obtido no site do Projeto Rondon (<https://www.gov.br/defesa/pt-br/assuntos/projeto-rondon/downloads>, aba Comunicação Social), sem distorções ou variações do seu desenho original. A marca deve ser respeitada para obter uma reprodução fiel e correta.



## **5. Identidade visual**

- Da mesma forma, a identidade visual do plano de comunicação deverá utilizar como base a arte da campanha vigente do Projeto Rondon, também disponível no site do Projeto Rondon.

## **6. Objetivo**

- Elaborar um plano de comunicação para realizar a cobertura jornalística e produção de conteúdo das ações dos Conjuntos “A” e “B” e o Projeto Rondon como ferramenta de integração nacional, abordando o período de preparação dos rondonistas, ou seja, antes da operação, as atividades desenvolvidas pelas equipes dos Conjuntos “A” e “B” no período de campo, durante a operação, e até o encerramento das Operações.

## **7. Públicos**

- Rondonistas da operação e de operações anteriores.
- Formadores de opinião regionais e nacional.
- Órgãos de mídia regional e nacional.
- Estudantes de ensino médio e superior.
- Professores universitários.

## **8. Área geográfica abrangida**

- Prioritária: regional.
- Secundária: nacional.

## **9. Ações estratégicas, instrumentos e peças**

- Audiovisual, sonora, escrita e digital, dentre outras.

## **10. Linha editorial**

A formação do jovem universitário como cidadão e o desenvolvimento sustentável nas comunidades deve ser traduzido em textos e imagens que mostrem a troca de saberes entre o meio acadêmico e a população, o respeito às tradições e à cultura local e a transformação na vida das comunidades e dos voluntários que conhecem a realidade do Brasil.

A questão política, partidária e ideológica **não** deverá ser retratada.

Para tanto, a equipe de comunicação social utilizará, preferencialmente, linguagem que dialogue com os públicos do Projeto Rondon, evitando textos rebuscados ou estrangeirismos, visando à uma comunicação simples e direta assentada em princípios jornalísticos e utilizando termos jovens, porém, sóbrios, o bom senso, a ética e o respeito.

Além disso, seu resultado prioritário - finalidade principal do Projeto Rondon - é a educação em seu sentido mais amplo, por meio do comprometimento do estudante universitário com a **solução dos problemas brasileiros** de desenvolvimento e de desigualdade nacionais, despertando no futuro profissional o **sentimento de brasilidade e de cidadania**.

## **11. Orçamento**

Não haverá recursos financeiros específicos do Ministério da Defesa para execução do plano de comunicação.

## **2ª PARTE**

### **ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELO CONJUNTO "C" E ORIENTAÇÕES GERAIS**

1. As atividades desenvolvidas serão as abaixo transcritas:

a. Realizar continuamente a cobertura jornalística, divulgação em tempo real e/ou ao vivo das atividades relativas à operação, bem como produção de conteúdo, no período compreendido entre a viagem precursora, passando pelas cerimônias de abertura e encerramento até a divulgação do relatório da operação;

b. confeccionar matérias jornalísticas (texto) sobre as atividades desenvolvidas pelos rondonistas, bem como materiais específicos para cada uma das Mídias Sociais;

c. monitorar diariamente as notícias veiculadas na imprensa sobre o Projeto Rondon, confeccionando um clipping com todas as informações coletadas;

d. monitorar e interagir com os usuários das Mídias Sociais do Projeto Rondon;

e. buscar o engajamento nas Mídias Sociais do Projeto Rondon utilizando campanhas e ações; e

f. produzir um vídeo de até 05 (cinco) minutos para a cerimônia de encerramento, com foco principal na relação entre os rondonistas e as comunidades (oficinas, troca de saberes, resultados esperados).

2. As propostas para o Conjunto "C" deverão conter, pelo menos:

a. Introdução:

1) Justificativa do trabalho, fazendo ligação com a literatura pertinente;

2) objetivos do trabalho (geral e específico); e

3) abordagem da sua relevância/importância.

b. Desenvolvimento (divididos em capítulos):

1) contextualizar o trabalho;

2) incluir um diagnóstico sobre o cliente (Projeto Rondon), e a área geográfica abrangida (região onde será desenvolvida a Operação), abordando os meios de comunicação e os formadores de opinião;

3) Plano de Comunicação, com objetivo geral e específico, estratégia, citando as peças que serão criadas e considerando a divulgação regional e nacional e os seguintes públicos alvo:

- a) Rondonistas da Operação e de Operações anteriores;
- a) formadores de opinião regional e nacional;
- b) órgãos de mídia regional e nacional;
- c) estudantes de ensino médio e superior; e
- d) professores universitários.

c. Conclusão:

1) expor e enfatizar como o trabalho contribuirá para a divulgação do Projeto Rondon como ferramenta de inclusão nacional e como dará maior visibilidade às ações sociais realizadas pelas equipes de rondonistas; e

2) as listas de ilustrações, abreviaturas e gráficos devem ser incluídas em páginas distintas, antes do sumário, se for o caso.

3. O professor-coordenador deverá, durante a viagem precursora, reunir-se com a Coordenação de Comunicação Social do Projeto Rondon para ajustar a Proposta de Trabalho.

4. O cronograma da atividade do Conjunto "C" a ser realizada **antes do início da operação (preparação dos rondonistas)** será confeccionado até o final da viagem precursora.

5. A proposta de trabalho e o cronograma da atividade do Conjunto "C", a ser realizada durante a operação, deverá ser enviado para a Coordenação do Projeto Rondon após o ajuste das atividades dos professores dos Conjuntos "A" e "B", conforme Quadro de Eventos (Anexo E).

6. A Proposta de Trabalho deverá utilizar-se das mídias digitais do Projeto Rondon e de pautas que serão enviadas aos órgãos de mídia regional e nacional. Deverão ser elaborados *posts*, matérias e vídeos sobre as atividades que serão desenvolvidas pelos rondonistas, antes e durante a operação. Não haverá recursos financeiros específicos do MD para execução do Plano de Comunicação.

7. Todo contato com os órgãos de mídia será feito através da Coordenação de Comunicação Social do Projeto Rondon.

8. Todo o material produzido pela equipe de Comunicação Social do Conjunto "C" deverá ser avaliado pela Coordenação de Comunicação Social do Projeto Rondon antes de ser divulgado.

9. A IES deverá se responsabilizar em selecionar o professor-coordenador e o adjunto entre os docentes do curso de Comunicação e que sejam, **preferencialmente**, graduados em jornalismo e/ou publicidade e propaganda. Com relação aos universitários, selecionar e treinar os alunos que estiverem cursando a segunda metade do curso de Comunicação Social. A IES também deverá fornecer os equipamentos e materiais necessários para que a equipe produza e divulgue o seu trabalho (câmeras fotográficas, filmadoras, notebooks, chip de celulares, pacote de dados de internet, por exemplo).

10. A divulgação das atividades de Comunicação Social deverá observar o previsto no art. 37, § 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88), e na Instrução Normativa da SECOM-PR nº 2, de 20 de abril de 2018, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.