



**Universidade de Brasília - UnB**  
**Faculdade de Comunicação (FAC)**  
**Departamento de Jornalismo**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA  
A PASTORAL CARCERÁRIA DA CNBB**

Autor: Gabriel Perez Paterno  
Orientadora: Rafiza Luziani Ribeiro Carvalho

Brasília, DF  
Dezembro de 2023

## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. VISÃO</b>	<b>5</b>
<b>3. MISSÃO</b>	<b>5</b>
<b>4. VALORES</b>	<b>5</b>
<b>5. DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO</b>	<b>6</b>
<b>6. ANÁLISE DO CENÁRIO</b>	<b>7</b>
<b>7. MARCA</b>	<b>9</b>
<b>8. PÚBLICO-ALVO</b>	<b>10</b>
<b>9. ANÁLISE AMBIENTAL</b>	<b>11</b>
<b>10. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>11. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: INSTAGRAM</b>	<b>13</b>
<b>12. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: FÍSICA</b>	<b>16</b>
<b>13. AVALIAÇÃO DE RISCO</b>	<b>17</b>
<b>14. ORÇAMENTO</b>	<b>18</b>
<b>15. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO</b>	<b>19</b>
<b>16. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>22</b>

## 1. APRESENTAÇÃO

Este Plano de Comunicação refere-se à Pastoral Carcerária, ligada à Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). A Pastoral Carcerária foi fundada em 1986 com a intenção de evangelizar e promover a dignidade humana nos cárceres, por meio das equipes pastorais que trabalham incansavelmente na busca de um mundo sem prisões. Seu compromisso inclui a luta pelo fim da política de encarceramento em massa no país - a população carcerária brasileira é, atualmente, a terceira maior do mundo, com aproximadamente 682,1 mil presos em 2021, perdendo apenas para os Estados Unidos e a China. No entanto, o sistema penitenciário brasileiro tem capacidade para abrigar apenas cerca de 440,5 mil pessoas, o que significa que há um déficit de aproximadamente 241,6 mil vagas no sistema prisional<sup>1</sup>.

A Pastoral Carcerária encaminha denúncias de torturas, maus-tratos e violações de direitos humanos cometidas contra pessoas privadas de liberdade, priorizando a defesa intransigente da vida, bem como a integridade física e moral daqueles que estão sob custódia.

Um dos seus objetivos é conscientizar a sociedade sobre a difícil situação do sistema prisional e buscar alternativas à justiça retributiva, promovendo a justiça restaurativa. A Pastoral Carcerária acompanha as pessoas privadas de liberdade em todas as circunstâncias, prestando apoio e atendendo às suas necessidades pessoais e familiares. Além disso, realiza reuniões de formação, atualização e espiritualidade para a equipe que atua nessa pastoral, fortalecendo o compromisso com sua missão:

[...] Seguindo Jesus, como ele consagra todas suas energias para proclamar o ano favorável da parte do Senhor, anunciando a Boa Nova aos pobres; proclamar a libertação dos cativos e aos cegos a recuperação da vista; e mandar em liberdade os oprimidos. (BÍBLIA 2023, p. 320)

Diante disso, a Pastoral, através de suas redes sociais (*Instagram e Twitter*) visa conscientizar o público sobre a situação dos encarcerados, promovendo a

---

<sup>1</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2021/05/17/populacao-carceraria-diminui-mas-brasil-ainda-registra-superlotacao-nos-presidios-em-meio-a-pandemia.ghtml>. Acesso em: 17 mai. 2021

evangelização e a promoção da dignidade humana nas prisões, além também de denunciar violações de direitos humanos e abusos dentro do sistema prisional.

Este Plano de Comunicação aborda os canais de mídias sociais a serem utilizados, focando principalmente no Instagram. A escolha do método de aplicação do Plano dependerá do público-alvo e dos objetivos da Pastoral Carcerária. A criação de uma identidade visual e de estilo de comunicação consistente também é fundamental para aumentar o reconhecimento da marca e a eficácia da mensagem.

O Plano é uma estratégia que visa não apenas consolidar a organização na área de ajuda penitenciária, mas também capacitá-la a ampliar sua presença e impacto nas mídias sociais. A sua divisão se organizou nos seguintes tópicos: missão, visão, valores, declaração de posicionamento, análise de cenário, marca, público alvo, análise ambiental, estratégia de comunicação, estratégia de comunicação: instagram, estratégia de comunicação: física, avaliação de risco, orçamento e cronograma de implantação.

Um plano de comunicação consiste em uma série de planejamentos, colocados no papel em forma de um projeto, com o objetivo de concentrar os esforços de comunicação dentro de uma empresa. Nesse sentido, o plano de comunicação elenca os objetivos específicos, o tipo de mensagem, o método de abordagem, as formas de avaliação dos conteúdos, entre outros assuntos importantes para uma transmissão de informações eficaz e precisa. (BLOG REVELARE, 2019)<sup>2</sup>

Em resumo, o plano de comunicação aqui proposto para a Pastoral Carcerária busca não apenas consolidar sua presença na área de ajuda penitenciária, como por exemplo a *World Wide Fund for Nature (WWF)* nas questões ambientais, mas também torná-la autônoma em suas mídias sociais. O plano deve ter um enfoque que envolva a definição de objetivos claros, a compreensão da audiência-alvo, a seleção de canais apropriados, a criação de uma identidade visual e a mensuração constante dos resultados.

---

<sup>2</sup> Blog Revelare. Disponível em:

<<https://www.revelare.com.br/blog/entenda-a-importancia-de-ter-um-plano-de-comunicacao-em-sua-empresa>>. Acesso em: 26 nov. 2023.

## **2. VISÃO**

A visão do Plano de Comunicação em conjunto da Pastoral Carcerária é ser um meio de referência na reinserção do preso na sociedade, que ajude a tirar o Brasil da lista dos países com maior número de encarcerados no mundo daqui a 10 anos. A Pcr busca ser a organização número um no combate ao aprisionamento em massa no Brasil, servindo de luz aos familiares e as pessoas em reclusão no país.

## **3. MISSÃO**

A missão da Pastoral é oferecer assistência religiosa e humana a presos, presas, egressos, e egressas do sistema prisional, bem como a seus familiares. O Plano, por sua vez tem como missão trazer a Igreja para dentro da casa das famílias dos presos, divulgá-la e ajudar com o seu objetivo, evangelizar e promover a dignidade humana por meio da presença da Igreja nos cárceres, através das equipes de pastoral na busca de um mundo sem cárceres.

## **4. VALORES**

- Boa-fé;
- Valor a Vida;
- Respeito à dignidade humana;
- Tratar o ser humano sem preconceito;
- Tratar o ser humano sem discriminação;
- Solidariedade;
- Espiritualidade.

É necessário incorporar esses valores no plano de comunicação. Isso pode envolver a criação de políticas que reflitam esses valores, a celebração de sucessos alinhados a esses princípios e a promoção de líderes, no caso de exemplos de sucesso em reinserção social que personifiquem tais valores.

Estes valores têm que ser integrados em todas as facetas da vida e do trabalho, principalmente para que se mude a visão do preso perante a sociedade. A criação de oportunidades práticas (campanhas) para vivenciar esses valores são essenciais para uma implementação eficaz.

## **5. DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO**

Sabendo da dificuldade que é enfrentar as violações de direitos humanos que ocorrem no sistema prisional brasileiro, a Pastoral Carcerária trabalha no processo de iniciação à vida cristã das pessoas presas, contribuindo para que vivenciem os sacramentos e tenham acesso à espiritualidade e à mensagem cristã. A evangelização, nesse contexto, não se limita à dimensão espiritual, mas se estende à promoção da justiça social e da solidariedade.

A Pastoral trabalha com valores como a espiritualidade – paz da alma –, e a solidariedade, que nada mais é da compaixão e empatia ao “próximo”, neste caso o preso:

A PCr, busca ser a presença de Cristo e de sua Igreja no mundo dos cárceres, caracterizado pela superlotação, condições insalubres e tortura sofrida pelas pessoas privadas de liberdade. Portanto, em seu trabalho de atendimento religioso às pessoas presas os/as agentes pastorais promovem um serviço de escuta e acolhimento, anunciam a Boa Nova, contribuem para o processo de iniciação à vida cristã e para a vivência dos sacramentos, e atuam no enfrentamento às violações de direitos humanos e da dignidade humana que ocorrem dentro do cárcere, pois “todo processo evangelizador envolve a promoção humana” (DOCUMENTO DE APARECIDA, 200, p.177).

O plano pretende trazer uma visão diferente referente a essa parcela renegada da sociedade, mostrando que são dotados de “alma” assim como nós que estamos em liberdade. Todos os seres humanos têm direito de desfrutar do respeito pela sua liberdade e segurança. É axiomático que, sem uma garantia eficiente da liberdade e da segurança do ser humano, a proteção dos outros direitos individuais torna-se cada vez mais vulnerável e, muitas vezes, ilusória. (Direitos Humanos na Administração da Justiça, Cap. 5, p. 216).

## 6. ANÁLISE DO CENÁRIO

Para entendermos um pouco mais sobre as mídias sociais da Pastoral Carcerária é importante analisar o cenário delas em um contexto global, com os seus números de seus engajamentos. Foram utilizados dados do *Digital Report de 2023*. Precisamos de dados gerais sobre mídias sociais.

Atualmente a população mundial ultrapassou os 8 bilhões no início de 2023, sendo que 57% dela vive em áreas urbanas. Deste total populacional, 5,44 bilhões de pessoas usam telefones celulares, o que equivale a 68 por cento da população global (KEMP, 2023)<sup>3</sup>.

No contexto que nos interessa, o de mídia social, atualmente, existem 4,76 bilhões de usuários de mídia social ao redor do mundo, o que equivale a pouco menos de 60 por cento da população global total. O crescimento de usuários de mídia social diminuiu nos últimos meses, no entanto, com a adição líquida de 137 milhões de novos usuários este ano, equivalente a um crescimento anual de apenas 3 por cento<sup>4</sup>.

O Instagram - é um aplicativo em que o usuário compartilha informações por meio de fotos, mensagens, vídeos e transmissões ao vivo- , página que será base do Plano de Comunicação da Pastoral, consolidou sua posição entre as principais plataformas de mídia social desde o relatório de outubro de 2022, com a empresa anunciando recentemente que possui 2 bilhões de usuários ativos mensais (KEMP, 2023). Por isso a escolha da rede como elemento principal do Plano.

A Pastoral Carcerária, de acordo com sua própria descrição em seu site, tem como objetivo ser "a presença de Cristo e de sua Igreja no mundo dos cárceres, caracterizado pela superlotação, condições insalubres e tortura sofrida pelas pessoas privadas de liberdade"<sup>5</sup>. Nesse contexto, a Pastoral Carcerária (PCR) por meio de ações como doações, visitas e intervenções jurídicas, busca humanizar a experiência dos detentos e proporcionar condições de vida mais dignas, equiparadas às da população não encarcerada.

Ao analisarmos a presença da PCR nas mídias sociais, podemos identificar algumas áreas de melhoria. Em particular, seu perfil no Instagram conta com

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>>. Acesso em?

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>>. Acesso em?

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://carceraria.org.br/a-pastoral-carceraria>>. Acesso em: 31 out. 2023.

aproximadamente 3.861 seguidores, o que é uma base significativa, mas ainda tem margem para crescimento. Além disso, os posts publicados pela Pastoral Carcerária têm uma média de 70 curtidas e quatro comentários, o que demonstra algum engajamento, mas há espaço para aprimoramento nessa área.

Uma das primeiras questões a serem abordadas é a falta de uma identidade visual definida para o perfil. Uma identidade visual consistente é crucial para transmitir a imagem da organização de forma coesa e reconhecível. Isso inclui escolher cores, fontes e estilos visuais que estejam alinhados com a mensagem e os valores da CNBB.

Outra sugestão importante é a definição de um estilo de publicação de conteúdo mais uniforme e atrativo. Isso pode incluir o uso de templates gráficos para criar posts visualmente atraentes, bem como a criação de legendas envolventes que incentivam o engajamento do público.

Além disso, considerando que a CNBB possui um site próprio, seria vantajoso apresentar informações mais detalhadas ou estatísticas em posts do Instagram por meio de cards, que podem conter gráficos ou resumos, e direcionar o público para o site para obter mais informações. Isso pode ajudar a aumentar o tráfego para o site e permitir que os seguidores acessem dados mais aprofundados sobre as ações da Pastoral Carcerária.

Por fim, a utilização da ferramenta "destaques" no Instagram é essencial. Os destaques permitem que os Stories sejam fixados na página principal (feed) do perfil. Essa funcionalidade pode ser usada para organizar e destacar informações importantes, como detalhes sobre doações, a missão da Pastoral Carcerária, denúncias de tortura e outros tópicos relevantes. Isso facilita o acesso do público a informações cruciais e ajuda a manter esses recursos visíveis e acessíveis.

Em resumo, a Pastoral Carcerária desempenha um papel fundamental na promoção dos direitos e da dignidade das pessoas privadas de liberdade. A presença nas mídias sociais, como o Instagram, é uma ferramenta valiosa para alcançar um público mais amplo e conscientizar sobre essas questões. Com a implementação de uma identidade visual consistente, um estilo de publicação mais atrativo, o uso de *cards* para informações detalhadas e a organização de destaques relevantes, a CNBB.



## 7. MARCA

A logo da Pastoral é um círculo aberto que dentro encontramos uma forma de uma colina sobre a qual estão colocados três palanques, que unidos formam uma grade<sup>6</sup>. O palanque está vazio e as grades estão abertas, “sinal de que começou um momento novo, uma nova criação e que surgiu uma nova humanidade, uma nova sociedade. É um mundo sem cárceres”<sup>7</sup>, realizada pela empresa Minha Paróquia.

Figura 2. Instagram da Pastoral



Fonte: Minha Paróquia

O círculo nos remete também a um pão e ao corpo de um peixe. O pão representa a partilha, o banquete e a eucaristia. É a fonte de vida nova que é serviço, fraternidade, paz, misericórdia e justiça.

A cauda do peixe, com uma esfera na parte final, mostra a silhueta de um ser humano que constitui uma unidade, com o resto do corpo lembrando para nós a dimensão fundamental de que nossa vida tem sentido se unida, enxertada em Cristo. Ao mesmo tempo é o homem novo que em Cristo ressuscitou. Nele nós temos vida plena e abundante. (“Bíblia Online”, [Jo.10,10])

Esse ser humano está de pé, erguido e com os braços abertos, numa atitude de exaltação e alegria plena, porque banhado no sangue de Cristo, ele enxerga e experimenta a vida da nova criação, a de Jesus que é o Salvador.

---

<sup>6</sup> LOGO PASTORAL CARCERÁRIA.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://carceraria.org.br/a-pastoral-carceraria>>. Acesso em: 31 out. 2023.

## 8. PÚBLICO-ALVO

Para poder desenvolver/ divulgar as redes da Pastoral Carcerária, é de suma importância que se conheça o público-alvo. Neste trabalho em questão foram analisadas tanto o perfil dos seguidores da organização, quanto os perfis que a mesma segue.

As postagens do Instagram atingem sete grupos em específico: Fiéis Cristãos, Ativistas de Direitos Humanos, Familiares de Detentos, Voluntários e Apoiadores, Profissionais do Sistema Prisional, Ativistas Religiosos e o Público sensibilizado ao assunto (BENIGNO NÚÑEZ NOVO, 2017, p. 166).

O primeiro grupo consiste em Fiéis Cristãos, que compartilham da fé católica e se identificam com a missão e os valores da organização. Em seguida, temos os ativistas de Direitos Humanos, que se envolvem principalmente na causa carcerária. O terceiro grupo é formado por Familiares de Detentos, que buscam apoio, informações e recursos para ajudar seus entes queridos. Outros seguidores importantes incluem Voluntários e Apoiadores, que oferecem suporte à organização sem compensação financeira, Profissionais do Sistema Prisional em busca de informações adicionais, Ativistas Religiosos que compartilham valores semelhantes, independentemente de sua religião, e, por fim, o Público Sensibilizado, representando a sociedade civil que demonstra empatia pela situação dos encarcerados no Brasil. Cada um desses grupos desempenha um papel essencial em apoiar a missão da Pastoral Carcerária e na promoção da dignidade e dos direitos humanos nas prisões.

Cada um desses grupos desempenha um papel essencial na construção de uma rede de apoio abrangente para a Pastoral Carcerária, ajudando a promover a dignidade e os direitos humanos nas prisões, questionando o aprisionamento em massa que acontece no Brasil. A diversidade desses grupos, desde religiosos até juristas especializados em direitos humanos contribui também para uma perspectiva que sugere uma abordagem integral e inclusiva dos desafios do sistema prisional como a superlotação - cerca de 54,8% das prisões estão acima da capacidade, segundo dados do [G1](#) de 2021.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Disponível em:

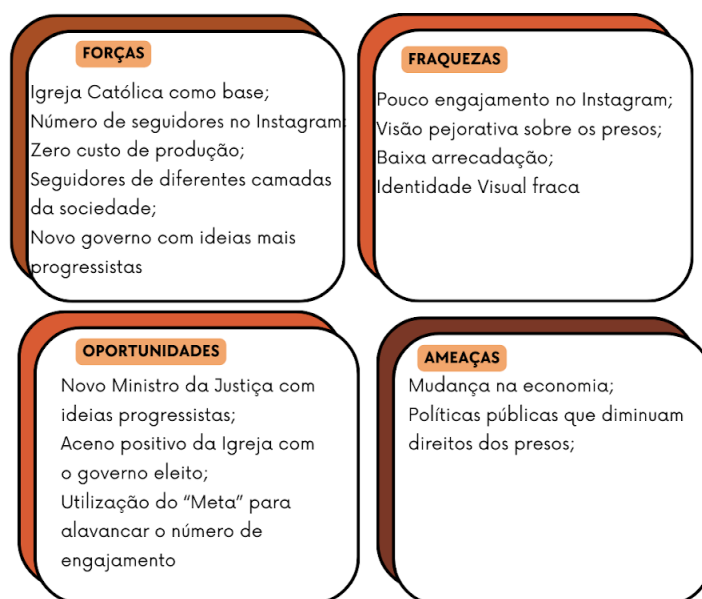
<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2021/05/17/populacao-carceraria-diminui-mas-brasil-ainda-registra-superlotacao-nos-presidios-em-meio-a-pandemia.ghtml>. Acesso em: 17 mai. 2021

## 9. ANÁLISE AMBIENTAL

A análise SWOT, “é um método de planejamento estratégico que engloba a análise de cenários para a tomada de decisões” (CASAROTTO, 2019, p.23?)<sup>9</sup>. A matriz destina-se a especificar os objetivos de riscos do negócio ou projeto, e identificar os fatores internos e externos que são favoráveis e desfavoráveis para alcançar esses objetivos.

A matriz seguir irá elencar forças, fraqueza, oportunidades e ameaças em relação aos ambientes micro e macro do futuro Plano de Comunicação da Pastoral Carcerária.

Figura 3. MATRIZ SWOT



Fonte: Autor.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>>. Acesso em: 3 dez. 2023.

## 10. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A partir da análise SWOT e das necessidades da Pastoral Carcerária, foram elencados três grandes objetivos para a estratégia geral de comunicação:

- Consolidar a organização na área de ajuda penitenciária;
- Capacitá-la a se desenvolver com mais conhecimento e autonomia em suas mídias sociais;
- Mudar a imagem do preso perante a sociedade;

Primeiro, é importante consolidar a organização na área de ajuda penitenciária para fortalecer suas operações e maximizar seu impacto. Isso envolve a implementação de estratégias eficazes para otimizar a eficiência interna, promovendo uma coordenação efetiva entre as equipes e recursos disponíveis

Capacitar a organização a se desenvolver com mais conhecimento e autonomia em suas mídias sociais é um passo fundamental na era da comunicação digital. É importante implementar programas de treinamento em mídias sociais para a equipe, assim os integrantes podem aprimorar suas habilidades em gestão de mídias e conseqüentemente compreender as tendências e melhores práticas nas redes sociais diariamente.

Além disso, é crucial direcionar esforços para mudar a imagem do preso perante a sociedade. Isso pode ser alcançado através de campanhas de conscientização que destacam histórias de sucesso de reinserção, promovendo uma visão mais positiva e compreensiva dos indivíduos que cumpriram suas penas, como por exemplo a criação de uma campanha para o dia do preso. A educação pública - presença da Pastoral nas escolas públicas, nas universidades e também no questionamento das leis de aprisionamento - desempenha um papel crucial nesse processo, desafiando estigmas e promovendo uma perspectiva mais justa e informada sobre a reintegração de ex-detentos na sociedade.

A soma desses esforços, melhora a posição da organização para alcançar seus objetivos de maneira abrangente, e assim contribui para uma abordagem mais humanizada e eficaz na ajuda penitenciária.

## 11. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: INSTAGRAM

A organização já possui uma página no Instagram, @pcrnacional, com 4946 seguidores (30/10/2023)<sup>10</sup> e cerca de 533 publicações. De acordo com o aplicativo desde 2020 - ano de criação do Instagram da Pastoral - cada post recebe em média 53 curtidas, número relativamente baixo.

Para aumentar o engajamento foram traçados alguns pontos que derivam dos três grandes pilares citados na estratégia de comunicação. A criação de uma identidade visual e de estilo de comunicação consistente é fundamental para aumentar o reconhecimento da marca e a eficácia da mensagem:

Isso porque a identidade visual reúne os elementos gráficos que têm o objetivo de comunicar ao público a ideia, os valores, os propósitos e a missão de uma empresa, produto ou serviço (Missão, Visão e Valores)<sup>11</sup>.

Um exemplo interessante é o da empresa de *fast-food* McDonald 's, quando pensamos na letra “M” amarela logo nos remete a lanchonete americana, ou seja, aquela imagem foi fixada na cabeça dos consumidores. Com a criação de uma identidade visual para a Pastoral Carcerária tem-se como objetivo imbuir a ideia de que qualquer pessoa que necessite ajuda no âmbito dos direitos dos prisioneiros se dirija a Pastoral Carcerária

A criação de um cronograma mensal de publicações é uma técnica muito utilizada por empresas e criadores de conteúdo com o objetivo de manter o perfil sempre atualizado. Dessa forma, eles garantem o engajamento com o público e o alcance de novos usuários, que podem se interessar pelo conteúdo publicado. No cronograma, as ideias de publicações para o feed, *Stories*, *IGTV* e *Reels* são detalhadas, explicando quais recursos da rede social serão utilizados, qual será a legenda, se a publicação conterá um link externo e qual será o dia e o horário da postagem. Assim, as fotos, vídeos e artes podem ser produzidas com antecedência.

Uso de hashtag nas postagens. Segundo (Raquel Recuero, 2019), uma "hashtag" constitui-se em uma etiqueta de “contexto” no Twitter, que aponta de forma

---

<sup>10</sup> Figura 4

<sup>11</sup> Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/posicionamento-de-marca-a-importancia-da-identidade-visual>>. Acesso em: 17 nov. 2023.

específica um termo que não apenas constrói contexto, mas igualmente permite que o tweet seja buscado e recuperado também pela etiqueta. Em geral, é representada pelo sinal “#” .

O uso de hashtags nas postagens é uma técnica utilizada por empresas e criadores de conteúdo para interagir e se aproximar do público consumidor. O uso de Hashtags aproxima o seu conteúdo do de outros consumidores que possuem o mesmo interesse no assunto. Ou seja, quando o público for procurar algo sobre sistema prisional poderá encontrar o conteúdo dos posts da Pastoral por meio de Hashtags em comum. Por isso é importante que quando a postagem seja feita as tags tenham um conteúdo compatível com a referida publicação.

As métricas de atividade, conteúdo e público são os três eixos principais para se ter uma página com engajamento (“Métricas dos relatórios do Instagram que vão melhorar seus resultados - Rock Content”, 2019). Começando pela métrica da atividade, é importante que se publique o conteúdo com constância para manter seu público engajado, o segundo ponto a se analisar é o da interatividade. O Instagram mede as curtidas, comentários e engajamentos nos posts, indicando um possível envolvimento ou não da audiência no seu conteúdo. Por fim, a taxa de resposta, que indica a rapidez e a eficácia com que o dono da página responde as interações. Uma resposta rápida pode melhorar a experiência do usuário.

Ao avaliar a eficácia do seu conteúdo, é crucial uma análise honesta para garantir que esteja direcionado à persona adequada. A ausência de compartilhamentos pode indicar uma falta de relevância, destacando a importância de criar conteúdo valioso que motive sua audiência a compartilhá-lo organicamente. Além disso, ao examinar os relatórios do Instagram, é vital observar métricas como alcance e impressões. Se uma porcentagem significativamente baixa dos seus seguidores está visualizando suas postagens, é necessário ajustar a programação de publicações para momentos estratégicos, maximizando assim o impacto do seu conteúdo.

A visão da sociedade brasileira perante os presos é de preconceito. Segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública, 57% da população brasileira em 2015 concordava com a frase “bandido bom é bandido morto”. Por isso, é crucial direcionar esforços para mudar a imagem do preso perante a sociedade. A campanha do dia do preso é um exemplo dessa mudança. Isso pode ser atingido através de campanhas de conscientização que exemplificam as histórias de sucesso

de reinserção, promovendo uma visão mais positiva e compreensiva dos indivíduos que cumpriram suas penas.

Por fim, uma opção interessante para organizar as postagens é *Google Sheets*, um aplicativo de planilhas da *Google* que permite organizar as publicações além de programar lembretes para que não se esqueça de publicar. O usuário pode criar diversos tipos de planilhas através dos dispositivos móveis. Entre outras coisas, é possível editar fontes, personalizar células, ajustar textos e utilizar funções avançadas de formatação do conteúdo criado com padrões matemáticos, definições de moedas, porcentagens<sup>12</sup> (TECHTUDO, 2023).

**Figura 4.** Google Sheets.

CGoM AMERICAS														
OCTOBER - Media Calendar														
Week	Date	Status	Platform						Region			Description	Content	
			Insta	Face	Twitter	LinkedIn	Email	Web	Latam	Canada	USA			
WEEK 01	01/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
WEEK 02	02/10		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Celebrat...
	03/10	Posted	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		LEMBRETE OFICINA CDP	Workshop
	04/10	Posted	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Planificación Climática en América Latina	Workshop
	05/10	Posted	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		EMAIL RAMCC	Workshop
	06/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	07/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
WEEK 03	08/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	09/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	10/10	Posted	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		EMAIL COHORT CANADA	General I...
	10/10	Posted	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		RT AHOME	City Info
	10/10	Working	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		COBERTURA CLIMACTION	Partner E...
	11/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
12/10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

Fonte: Autor.

Para o Plano de comunicação se faz necessário principalmente de um cronograma mensal de postagens, ou seja, ao final de cada mês é importante que a equipe de comunicação se reúna e defina quais serão as possíveis postagens do mês seguinte. As postagens devem ser variadas, algumas com fotos e outras com vídeos para tornar a página mais atrativa e não estática “sem cor”.

A criação de campanhas, como por exemplo “O Dia do Preso”, é de suma importância para o Instagram. Uma campanha com infografia e dados mostrando a atual situação carcerária brasileira torna a publicação mais atrativa mudando a imagem do preso perante a sociedade.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/google-sheets/>>.

Outro meio importante de atrair engajamento para a página é a criação de *Stories*. Sempre que houver uma publicação no *feed* é necessário que ele seja destacado no *Storie*. Em grande parte do tempo o usuário do Instagram não tem tempo para entrar em páginas específicas para consumir conteúdo, apenas visualizar *Stories*. Assim, ao visualizar o conteúdo da Pastoral ele pode acessar a postagem e gerar mais engajamento.

Alavancar as publicações ajuda a Pastoral a encontrar mais pessoas que curtam, compartilhem e comentem as publicações e assim encontrar perfis que consomem o conteúdo. Também é interessante em alguns posts específicos, como por exemplo a divulgação de um evento, utilizar do financiamento de seguidores do perfil.

O Instagram permite aos usuários que desejam patrocinar o direcionamento do anúncio de forma que possa definir o público-alvo (gênero, idade, localização, comportamento, etc.), e o valor e a duração do anúncio (um dia, três dias, ou outra duração conforme o valor que deseja pagar) (SOUZA, 2018, p. 22)

Em conclusão, seguir perfis do *Instagram* que tenham os mesmos interesses que o da Pastoral, como direitos humanos, catolicismo, e respeito a vida, além de pessoas importantes como por exemplo digital influencers - pessoas capazes “de influenciar o comportamento e opinião de milhares de pessoas por meio do conteúdo que publica em seus canais de comunicação” (HOTMART, 2017), permite expandir a rede. Exemplo disso é fazer *Collab* que é uma maneira de compartilhar publicações e marcar para aparecer em dois perfis na linha do tempo. Esse método é uma maneira de aumentar a conscientização da organização, alcançar novos público-alvo e ampliar a base de seguidores.

## **12. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: FÍSICA**

A partir de uma estratégia de comunicação via redes sociais, a divulgação da organização no “boca a boca” é um outro método de atrair patrocinadores e doadores.



Esse “boca a boca” é realizado a milhares de anos. Jesus em momentos de refeições, sempre que queria falar sobre algo importante ou reunia os discípulos para ensinar-lhes algo.

Na cultura judaica estar à mesa é um grande sinal de harmonia e de aliança. O próprio Jesus se fez alimento no banquete da nova aliança ao dizer: “Tomai e comei, isto é o meu corpo” (Mt 26,26).

Unir os agentes de pastorais num grande almoço fraterno em conjunto de parentes de pessoas em situação de encarceramento fortalece a comunhão entre os presentes. Neste momento de dificuldade, os familiares poderão se sentir acolhidos pela organização da igreja e assim convocar mais pessoas que estejam passando pela mesma dificuldade, mas que ainda não conhecem a Pastoral.

Outra ação importante é a realização de eventos informativos. No Brasil a falta de informações detalhadas sobre a saúde de pessoas que cumprem pena em estabelecimentos prisionais do País dificulta a prevenção e o tratamento de doenças com maior incidência nessa população, como tuberculose, sífilis, Aids, hepatite, hanseníase<sup>13</sup>

Com a realização de eventos com a participação de Profissionais do Sistema Prisional, tanto familiares como agentes das pastorais, podem obter informações e perspectivas adicionais sobre questões carcerárias e a situação do preso. Pode ser adicionada também a presença da imprensa para uma divulgação mais abrangente.

- Eventos informativos;
- Boca a boca;
- Almoço mensal da Pastoral aberto ao Público;

### **13. AVALIAÇÃO DE RISCO**

Como em qualquer projeto, existe a possibilidade de alguns erros durante a aplicação dele. Por isso, um controle de avaliação de risco se faz necessário para contornar qualquer problema de aplicação do projeto. Nesse caso, é importante que

---

<sup>13</sup> Disponível em : Falta de informações sobre saúde de presos dificulta controle de doenças, alertam debatedores:  
<<https://www.camara.leg.br/noticias/809392-falta-de-informacoes-sobre-saude-de-presos-dificulta-control-de-doencas-alertam-debatedores/>>.

a equipe resolva os problemas com atenção e velocidade para que o plano não paralise.

Para descobrir um eventual problema, se faz necessário algumas perguntas gerais para ver se o plano de comunicação está de acordo com o que foi planejado em um primeiro momento:

- Houve um grande aumento no número de seguidores?;
- Os eventos informativos trouxeram mais familiares?;
- Houve um aumento de engajamento dos seguidores nas publicações na página do Instagram da empresa?;
- O uso dos Stories trouxe mais engajamento às publicações?;
- As doações aumentaram?

Esses questionamentos devem ser elucidados após seis meses da aplicação do plano e depois ser feito uma análise geral dessas respostas em comparação ao plano de comunicação inicial.

#### **14. ORÇAMENTO**

O Plano de Comunicação produzido será oferecido de forma voluntária, ou seja, não será estabelecido nenhum valor para sua aplicação. Por ser um Término de Conclusão de Curso (TCC) e por ser voltado a Igreja - organização sem fins lucrativos - não será aplicado nenhum valor.

A arrecadação de fundos para os eventos propostos, como o almoço mensal da Pastoral, é uma estratégia prática. A promoção antecipada desses eventos por meio de posts e a aceitação de doações regulares demonstram um esforço proativo para envolver a comunidade e garantir que esses eventos sejam bem-sucedidos.

Essa abordagem financeira alinhada aos princípios da organização ressalta o compromisso com a causa e a responsabilidade de buscar recursos de maneira ética e transparente. Essa combinação de esforços voluntários e estratégias de arrecadação demonstrará ao público a dedicação da Pastoral Carcerária em realizar seu trabalho de maneira eficaz e inclusiva.

## 15. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

O cronograma de implantação é de suma importância para que a Pastoral possa se organizar para executar as ações do Plano de Comunicação. As datas foram definidas com base nos primeiros meses de 2024.

Para definir o cronograma foram definidos alguns tópicos julgados como importantes, como aparece na figura cinco<sup>14</sup>. Os tópicos foram a criação de identidade visual, cronograma de postagens, métricas de atividade, criação de campanha, público-alvo e almoço mensal.

Com a criação de uma identidade visual para a Pastoral Carcerária tem-se como objetivo imbuir a ideia de que qualquer pessoa que necessite ajuda no âmbito dos direitos dos prisioneiros se dirija a Pastoral Carcerária. O tempo de implementação será de um mês.

Ao final de cada mês é importante que a equipe de comunicação se reúna e defina quais serão as possíveis postagens do mês seguinte. As postagens devem ser variadas, algumas com fotos e outras com vídeos para tornar a página mais atrativa e não estática “sem cor”. O tempo de implementação do cronograma de postagens é mensal e começará a ser executado após a criação da identidade visual, para que as postagens estejam de acordo com a página.

As métricas de atividade como o aumento no número de doações, o envolvimento nas redes sociais, o tráfego para o site da organização e a cobertura da mídia serão usadas para avaliar o progresso e fazer ajustes conforme necessário. Por isso, a implementação dela acompanha o cronograma de postagens, para avaliar qualquer tipo de risco nele.

A criação de campanhas têm o propósito de informar o público sobre a realidade do sistema carcerário no Brasil, destacando suas deficiências e injustiças. Além disso, essas campanhas podem buscar o engajamento do público e incentivá-lo a contribuir com a pastoral, seja por meio de doações, voluntariado ou apoio político. Um exemplo de campanha que será criado pela Pastoral será o Dia do Preso, 24 de maio, que visa humanizar as pessoas em situação de encarceramento. Será implementado de acordo com o calendário de postagens, e também de acordo com a demanda.

---

<sup>14</sup> Figura 5: cronograma de postagens

O público-alvo serão os doadores em potencial, voluntários, familiares de detentos, advogados de direitos humanos e o público em geral. Uma análise esmiuçada desse público ajudará a adaptar a mensagem que será transmitida pelos canais de comunicação de acordo com suas necessidades e interesses. A partir dessa análise as postagens poderão ser feitas. O tempo de implementação será de um mês.

A arrecadação de fundos para os eventos propostos, como o almoço mensal da Pastoral, é uma estratégia prática. A promoção antecipada desses eventos por meio de posts e a aceitação de doações regulares demonstram um esforço proativo para envolver a comunidade e garantir que esses eventos sejam bem-sucedidos. Os almoços acontecerão após a identidade visual e o cronograma de postagens ficarem prontos (fevereiro).

Com o cronograma pronto, após três meses serão avaliados quais pontos deram certo e quais deram errado a partir das métricas de atividade. Com uma avaliação trimestral o plano de comunicação poderá ser alterado ou não conforme quiser a Pastoral.

**Figura 5.** Plano de comunicação.

The image shows a screenshot of a communication plan table. The table has the following columns: Elemento, Público, Formato, Frequência, Objetivos, Prioridade, Timeline 1, and Prazo. There are six rows of data, each with a checkbox on the left. The first row is for 'Criação Ide...', the second for 'Cronogram...', the third for 'Métricas d...', the fourth for 'Criação de ...', the fifth for 'Público-alvo', and the sixth for 'Almoço- m...'. Below the table, there is a '+ Adicionar Elemento' button and a partial row for 'Interesses Pas...'.

Elemento	Público	Formato	Frequênci...	Objetivos	Prioridade	Timeline 1	Prazo
<input type="checkbox"/> Criação Ide...	Interesses Pastoral	Pesquisas qualit...		ete americana, ou seja, aquela ...	Alta	an 1, '24 - fev 1, '2	1 fev, 2024
<input type="checkbox"/> Cronogram...	Público 2	Reunião presencial	4	ao final de cada mês é import...	Alta	an 1, '24 - jan 25, '2	25 jan, 2024
<input type="checkbox"/> Métricas d...	Internal	Pesquisas qualit...		Métricas como o aumento no ...	Alta	an 1, '24 - fev 1, '2	1 fev, 2024
<input type="checkbox"/> Criação de ...	Interesse... Int...	Reunião presencial	4	Têm o propósito de informar o ...	Média	abr 1, '24 - abr 30, '2	24 mai, 2024
<input type="checkbox"/> Público-alvo	Interesses Pastoral	Reunião presencial	4	É imprescindível entender o p...	Alta	an 1, '24 - jan 31, '2	31 jan, 2024
<input type="checkbox"/> Almoço- m...	Interesses Pastoral	Reunião presencial		A arrecadação de fundos para...	Média	fev 11, '24	11 fev, 2024

Fonte: Autor.

## **16. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo estudar possibilidades para que a Pastoral Carcerária possa mostrar o seu trabalho na ajuda às pessoas presas no Brasil.

Considerando todos os problemas apresentados pelas redes sociais da organização, este plano de comunicação visa elucidar todos os problemas vigentes para que o trabalho da Pastoral seja visto sem preconceitos perante a sociedade, para que o preso seja visto como um ser de “alma” dotado de direitos assim como qualquer pessoa livre.

Através da análise SWOT, a Pastoral pode identificar os pontos positivos e negativos vigentes na empresa. Também foi definido o público-alvo para assim poder aplicar o plano de comunicação.

O Plano visa capacitar a organização em mídias sociais, promovendo conhecimento e autonomia. Os treinamentos para a equipe são fundamentais para aprimorar habilidades em gestão de mídias e acompanhar as tendências. Além disso, mudar a imagem do preso na sociedade requer campanhas de conscientização, destacando histórias de sucesso de reinserção, como uma iniciativa no Dia do Preso. A educação pública desempenha papel crucial, desafiando estigmas e promovendo uma visão justa sobre a reintegração de ex-detentos. A combinação desses esforços contribui para uma abordagem mais humanizada e eficaz na ajuda penitenciária, além de tornar os voluntários da Pcr autônomos na utilização das mídias sociais.

Para qualquer problema será aplicada a avaliação de risco para contornar qualquer problema de aplicação do projeto, e até mesmo reformá-lo caso seja necessário. Com base nos dados mensurados, o Plano de Comunicação poderá ser implementado.

## REFERÊNCIAS

CASAROTTO, C. Análise SWOT ou FOFA: o que é, como fazer e modelo grátis! Rock Content, 20 dez. 2019.

V CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO-AMERICANO E DO CARIBE APARECIDA, 13-31 DE MAIO DE 2007 **DOCUMENTO FINAL**. [s.l.: s.n.]. Disponível em:

[http://www.dhnet.org.br/direitos/cjp/a\\_pdf/cnbb\\_2007\\_documento\\_de\\_aparecida.pdf](http://www.dhnet.org.br/direitos/cjp/a_pdf/cnbb_2007_documento_de_aparecida.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

Entenda a importância de ter um plano de comunicação em sua empresa. **Revelare**, 20 nov. 2019. Disponível em:

<https://www.revelare.com.br/blog/entenda-a-importancia-de-ter-um-plano-de-comunicacao-em-sua-empresa>. Acesso em: 26 nov. 2023.

KEMP, Simon. Digital 2023: Global Overview Report. **Datareportal**, 26 jan. 2023.

Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 31 out. 2023.

NOVO, Benigno Núñez. A educação prisional no Brasil. **Revista Jurídica Portucalense**, p. 166-181, 2017.

Posicionamento de marca: a importância da identidade visual. **Sebrae**, 26 jan. 2023. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/posicionamento-de-marca-a-importancia-da-identidade-visual>. Acesso em: 17 nov. 2023.

SILVA, Camila da. *et al.* População carcerária diminui, mas Brasil ainda registra superlotação nos presídios em meio à pandemia. **g1**, 17 mai. 2021. Disponível em:

<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2021/05/17/populacao-carceraria-diminui-mas-brasil-ainda-registra-superlotacao-nos-presidios-em-meio-a-pandemia.ghtml>. Acesso em: 02 dez. 2023.

SOUZA, Amanda. **Plano de Comunicação**: Céu do Cerrado Orgânicos. Orientador: Edmundo Brandão Dantas. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Brasília (UnB) Faculdade de Comunicação – Habilitação em Publicidade e Propaganda, Brasília, 2018.

**Falta de informações sobre saúde de presos dificulta controle de doenças, alertam debatedores** - Notícias. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/noticias/809392-falta-de-informacoes-sobre-saude-de-presos-dificulta-controle-de-doencas-alertam-debatedores/>. Acesso em 03 dez. 2023