

PLANO DE COMUNICAÇÃO 2026



OBJETIVO GERAL

Este Plano de Comunicação estabelece estratégias, ações e cronogramas voltados a evidenciar a relevância do trabalho desenvolvido pelo Instituto Brasil Solidário (IBS), destacando o impacto de seus projetos socioeducativos na rede pública de ensino em todo o Brasil.

Em 2026, o IBS celebra o marco histórico de 2 milhões de alunos beneficiados, consolidando sua atuação nacional. A comunicação será orientada pela valorização dessa trajetória, por meio de uma identidade visual comemorativa, ampliação da presença na mídia e fortalecimento dos canais digitais.

O plano também contempla a expansão do documentário "Virando o Jogo", além da internacionalização dos conteúdos e do fortalecimento da comunicação com parceiros, financiadores e rede de educadores.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ressaltar as ações realizadas em prol da educação e o marco histórico de alcance das atividades em 2 milhões de alunos de todo o Brasil;
- Dar visibilidade aos resultados dos projetos, com produções audiovisuais e informativos personalizado com os dados dos municípios de maior impacto do projeto;
- Expandir a exibição do lançamento do documentário "Virando o Jogo" para as escolas;
- Promover a exibição do filme em municípios estratégicos de mobilização e forte atuação do projeto;
- Coletar registros, depoimentos e imagens das atividades promovidas em cada região, principalmente, nas ações presenciais a fim de prestar contas junto aos financiadores e apoiadores do projeto;
- Fortalecer a imagem da instituição através de ações específicas que gerem visibilidade espontânea nos veículos de comunicação, para as oito vertentes trabalhadas: Incentivo à Leitura, Educação Ambiental, Educomunicação, Artes à Cultura, Saúde, Cidadania, Empreendedorismo e Educação Financeira;
- Aprimorar a comunicação com o público-alvo (Interno e Externo), potencializando os canais utilizados;
- Divulgar as ações da instituição para a mídia e comunidade local;
- Potencializar a prospecção de novos apoiadores;

1. DIAGNÓSTICO

O IBS atua há mais de 25 anos promovendo soluções socioeducativas que contribuem diretamente para o fortalecimento da educação pública e o desenvolvimento de políticas públicas.

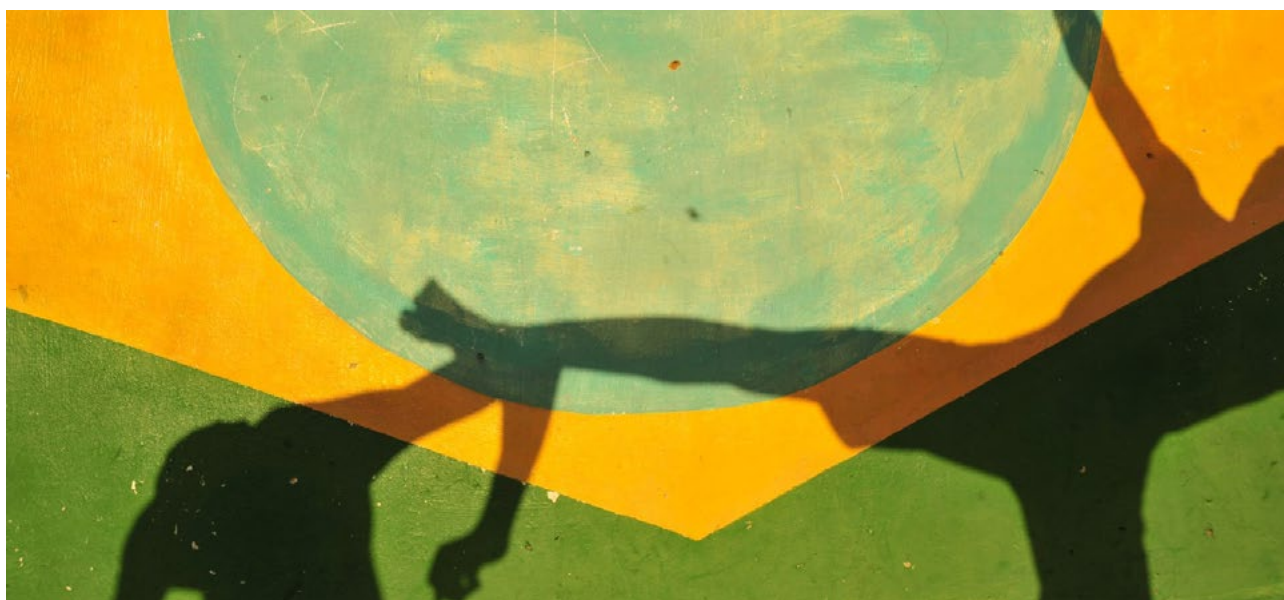
A diversidade de frentes temáticas exige uma comunicação estruturada, contínua e integrada, capaz de traduzir o impacto das ações para diferentes públicos.

A comunicação assume papel estratégico na:

- Consolidação da imagem institucional;
- Ampliação da visibilidade das ações;
- Prestação de contas para financiadores;
- Mobilização da rede educacional.

2. PÚBLICO ESTRATÉGICO

- Gestores Públicos;
- Secretarias de Educação e órgãos educacionais locais;
- Jornalistas;
- ONGs / Instituições;
- Empresas locais e nacionais;
- Universidades;
- Voluntários.



3. OBJETIVOS E METAS DE MARKETING

O fato do Instituto possuir forte atuação em diversas regiões do Brasil e ter seu trabalho já reconhecido e consolidado, faz com que sua comunicação possa ser direcionada no caminho da construção de uma imagem sólida.

A intenção deste planejamento de ações em comunicação visa aprimorar as ferramentas existentes na organização, para que seu público-alvo tome conhecimento de maneira eficiente, sobre as atividades realizadas nos projetos socioeducativos e os benefícios gerados nas comunidades atuantes.

4. JUSTIFICATIVA

O IBS oferece as condições necessárias para o desenvolvimento humano em múltiplas dimensões, envolvendo alunos, professores, comunidade e município (poder público com impacto em políticas públicas) em um processo comum de ensino e aprendizagem que respeite os saberes de cada um, a cultura e os valores locais.

5. POSICIONAMENTO

O Instituto Brasil Solidário é uma organização voltada a valorização do ser humano oferecendo-lhe oportunidades por meio da educação.

Posicionamento	O Instituto Brasil Solidário é uma organização voltada a valorização do ser humano oferecendo-lhe oportunidades por meio da educação.
Objetivo da Comunicação	Divulgar sua missão, sua imagem, seus princípios e seus objetivos para a sociedade e mídia dos municípios de atuação, bem como a imprensa nacional.
Metas da Comunicação	Trazer uma maior visibilidade ao IBS e todo o processo de inovação das ações educacionais nesse período da pandemia, além de alcançar novas parcerias locais.
Estratégia de Comunicação	Fortalecer os canais de comunicação do Instituto, mostrando o impacto social e de transformação na vida dos alunos, educadores e toda a comunidade escolar atendida.

6. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

6.1 - CAMPANHA INSTITUCIONAL 2 MILHÕES DE ALUNOS

OBJETIVO:

- Criar uma logomarca específica para os 2M de alunos alcançados para inserção na identidade visual;
- Aprimorar os canais de comunicação com dados e informações históricas dos projetos;
- Expandir as produções audiovisuais do trabalho realizado nas escolas, com depoimentos de gestores, educadores e alunos transformados pelas ações fomentadas;
- Ressaltar os eixos trabalhados através do Programa de Desenvolvimento da Educação do IBS, demonstrando o alcance do Instituto em todo o Brasil.

AÇÕES:

a) Logotipo 2M (Período: Jan/2026)

- Criação da logotipo de celebração do alcance do projeto em 2 milhões de alunos;
- Planejamento da aplicação da identidade nos materiais de comunicação; .

b) Clipping (Período: Fev/2026)

<https://www.brasilsolidario.org.br/noticias/clipping/>

- Compartilhar no site um link de acesso para o clipping com todas as divulgações realizadas na imprensa local e nacional;
- Disponibilizar o link de acesso em fácil localização na home principal "Notícias" do site, viabilizando transparência para os beneficiários e patrocinadores sobre a repercussão das ações.

c) Documentário *Virando o Jogo* (Período: Mar e Abr/2026)

- Produção do roteiro adaptado do documentário *Virando o Jogo* para exibição nas escolas, com novas gravações e depoimentos nos municípios beneficiados;
- Criação o site do documentário com os depoimentos do filme.

d) Site (Período: Cronograma mensal)

<https://www.brasilsolidario.org.br/>

- Manter destaque para as notícias sobre os projetos em todo o Brasil;
- Produção de matérias com relatos e depoimentos dos educadores que participaram das ações do IBS;
- Resgatar os relatos de jovens e educadores que multiplicaram as ações do IBS e conseguiram alcançar seus objetivos profissionais e pessoais a partir da experiência vivida nas formações. Além disso, mostrar a continuidade das iniciativas desencadeadas pelas ações do Instituto em âmbito municipal (políticas públicas);
- Disponibilizar com destaque o Clipping das matérias veiculadas na imprensa local e nacional.

e) Redes Sociais:

Período: Planejamento de cronograma mensal (Frequência: 3 publicações por semana)

Facebook: [Instituto Brasil Solidário](#) | Instagram: [@brasilsolidario](#)

- Alinhar com a agência de mídias sociais o cronograma de planejamento das postagens, com reuniões semanais para a definição das publicações;
 - Potencializar a divulgação dos cursos EAD ofertados de forma gratuita, com frequência fixa nos stories;
 - Criar cronograma de publicações para as ações presenciais com roteiros pré-definidos para apuração nas atividades;
 - Criar publicação sobre o avanço das ações pelos países da América Latina, atendendo Chile, Colômbia, Uruguai, Argentina, Peru, México, El Salvador, Panama e Costa Rica;
 - Fomentar as ações de lançamento, destacando as novidades dos projetos, como as formações presenciais para os educadores e os novos cursos EaD ofertados para este ano;
 - Relatar as temáticas abordadas nas formações do EaD, com orientações de atividades que podem ser fomentadas e replicadas em qualquer região do Brasil;
 - Promover posts interativos, onde os educadores e estudantes das formações possam relatar suas experiências com o IBS, seja através de imagens ou depoimentos;
 - Fomentar boas práticas a partir das experiências do Instituto, em suas diversas frentes temáticas, por meio de dicas, histórias e até incentivo com material de fomento próprio (download): Incentivo à Leitura, Educação Ambiental, Educomunicação e Artes;
- Compartilhar os vídeos produzidos dentro das atividades de cada projeto, assim como as séries com depoimentos de alunos e educadores que passaram pelas formações e levaram o aprendizado visto nos projetos para além dos muros da escola.

f) Mobilização via Whatsapp

Período: Cronograma mensal

- Divulgar os vídeos produzidos nas escolas atendidas, nos grupos de multiplicadores do projeto, divididos por estado e as frentes de atuação do Programa de Desenvolvimento da Educação (PDE);
- Promover a divulgação das demais redes sociais do IBS, compartilhando as postagens elaboradas com foco interativo e de mobilização dos projetos dentro das escolas beneficiárias;
- Divulgar os informativos produzidos bimestralmente, reunindo boas práticas pedagógicas realizadas em escolas de todo o Brasil.

g) Prospecção de Editais e Prêmios (Período: Cronograma mensal)

- Monitorar publicações de editais e prêmios em reconhecimento as práticas na área de educação, com foco em projetar o trabalho promovido nas escolas e reforçar a credibilidade e reconhecimento das ações realizadas nas 5 regiões do país.

6.2 - CAMPANHA INSTITUCIONAL – PROJETOS DE ARTE E CULTURA DO PLANO BIENAL BRASIL SOLIDÁRIO

OBJETIVO:

- Apresentar a metodologia trabalhada através do Programa de Desenvolvimento da Educação do IBS, demonstrando o alcance do Instituto em todo o Brasil;
- Reforçar o trabalho realizado de adaptação nas atividades pedagógicas no modelo EaD, incluindo um suporte e acompanhamento junto às escolas atendidas pelos projetos;
- Fortalecer a expansão das ações de valorização da arte e cultura dentro das propostas pedagógicas, com dicas e materiais de orientação das boas práticas fomentadas nas escolas;
- Multiplicar ações paralelas de arte, cultura e incentivo à leitura, através da mobilização nos canais de comunicação do IBS;
- Mostrar a realidade em escolas públicas no Brasil e o potencial que habita dentro desse ambiente escolar e de protagonismo.

AÇÕES:

a) Divulgação Formações Presenciais (Período: Cronograma mensal)

- Com base nos calendários das ações presenciais, produzir release de divulgação das formações que estão sendo realizadas em cada região;
- Alinhar diálogo com os gestores locais e suas assessorias de comunicação para a divulgação das formações e mobilização do público-alvo atendido;
- Criar cronograma de planejamento das artes gráficas produzidas nas ações do Plano Biental, com tempo hábil para aprovação do Ministério da Cultura sobre a aplicação das logomarcas do governo federal.

b) Clipping (Período: Cronograma mensal)

Acesso no site: <https://www.brasilsolidario.org.br/noticias/clipping/>

- Fazer levantamento de mailing de jornalistas e veículos locais em cada cidade de atuação do Plano Biental;
- Levantar clipping das notícias veiculadas, compartilhando em relatório e canais com os parceiros que apoiam e financiam as atividades presenciais;
- Disponibilizar o link de acesso em fácil localização na home principal "Notícias" do site, viabilizando transparência para os beneficiários e patrocinadores sobre a repercussão das ações.

c) Informativo – IBS Notícias (Período: Bimestral)

Acesso no site: <https://www.brasilsolidario.org.br/noticias/ibs-noticias/>

- Produção de um informativo bimestral reunindo relatos e depoimentos de boas práticas promovidos nas escolas a partir das ações do projeto;
- Entrevista com educadores, gestores e alunos beneficiários para as notícias a serem publicadas;
- Fazer levantamento das práticas divididas em cada sessão das áreas temáticas: Leitura, Artes, Educomunicação, Educação Ambiental, a fim de atender todos os eixos;
- Criar sessão "Pedagógica" com orientações e dicas de práticas que podem ser fomentadas em sala de aula;
- Produzir para a sessão "Minha História" notícia focada na valorização dos educadores multiplicadores do projeto em sua rede de atuação;

Disponibilizar o link de acesso aos informativos no site oficial, viabilizando transparência para os beneficiários e patrocinadores sobre a repercussão das ações.

d) Canal Youtube IBS

Período: Cronograma de publicações com planejamento alinhado a produção dos vídeos em campo.

Vídeos Institucionais: <https://www.youtube.com/brasilsolidario>

- Produzir novos vídeos e tutoriais para o desenvolvimento das atividades práticas promovidas dentro das formações de forma simples e com materiais em fácil acesso seja na escola ou comunidade;
- Publicar vídeos das ações presenciais, com relatos de gestores, alunos e educadores que participaram dos projetos;
- Disponibilizar conteúdo do EaD das Formações do IBS, com várias dicas que podem ser replicadas nas escolas.

e) Canal Youtube IBS (Legendado)

Período: Cronograma de publicações com planejamento alinhado a produção dos vídeos em campo.

IBS Espanhol: <https://www.youtube.com/@ibsenespanol7213>

IBS Inglês: <https://www.youtube.com/@ibsinenglish9756>

- Atendendo a expansão internacional do projeto, disponibilizar os vídeos produzidos durante as ações, com legendas em inglês e espanhol, com acesso em canal exclusivo;

f) Canal Youtube IBS (IBS Inclusão)

Período: Cronograma de publicações com planejamento alinhado a produção dos vídeos em campo.

IBS Inclusão: <https://www.youtube.com/@IBSInclusao>

- Com foco na acessibilidade e inclusão, disponibilizar os vídeos produzidos durante as ações com recursos como legendas em português, tradução em Libras e, sempre que possível, audiodescrição, garantindo o acesso ampliado aos conteúdos por pessoas com deficiência, em canal dedicado ou playlists específicas dentro dos canais institucionais. Disponibilizar o link de acesso aos informativos no site oficial, viabilizando transparência para os beneficiários e patrocinadores sobre a repercussão das ações.

g) Canal Youtube IBS (Divisão por áreas do EAD)

Período: Cronograma de publicações com planejamento alinhado a produção dos vídeos em campo e para os cursos EAD.

- Canais por eixo: Desenho e Pintura; Educação Ambiental; Fotografia; História da Arte; Leitura; Música; Oficinas Criativas; Planejamento Pedagógico; Primeira Infância; Rádio Escolar; Teatro de Bonecos; Xilogravura; Mediadores, Educação Financeira, Alfalettrar com Jogos e Jornal Escolar.
- Com o objetivo de organizar e facilitar o acesso aos conteúdos formativos, estruturar a disponibilização dos vídeos por áreas temáticas do EAD, em canais específicos, permitindo a navegação segmentada por eixo de interesse, fortalecendo a experiência dos educadores e ampliando o alcance dos conteúdos pedagógicos.

h) Prospecção de Parceiros

Período: Cronograma mensal

- Fortalecer o diálogo com instituições sociais que atuam com a mesma temática proposta pelo IBS, alinhando ações específicas para essa integração;
- Se tratando de parcerias empresariais, analisar potenciais empresas que são sensíveis a causas sociais. A comunicação se manterá firme nesse auxílio de diálogo, seja com empresas ou instituições com a mesma vertente socioeducativa;
- Além do trabalho de prospecção, serão mantidas as ações mensais de contatos com os atuais financiadores (envio de releases, produção dos informativos mensais: IBS Notícias e Educação Financeira em Foco, com notícias de atualização sobre as ações.

6.3 - CAMPANHA INSTITUCIONAL – DIVULGAÇÃO DO PROJETO JOGAR E APRENDER / LANÇAMENTO DO DOCUMENTÁRIO

OBJETIVO:

- Apresentar o impacto social e expansão do projeto "Jogar e Aprender", com dados em fácil acesso dos números de alcance nos 26 estados do Brasil, além dos resultados das ações na rede pública de ensino;
- Promover campanha de divulgação do documentário, com o planejamento dos espaços de exibição em regiões estratégicas;

- Angariar espectadores e dar visibilidade para o documentário, aumentando a curva de exibição e vida útil da obra para além do lançamento;
- Reforçar a expansão das atividades através da mobilização com os beneficiários, por meio dos canais de comunicação em contato direto com as escolas atendidas.

a) Divulgação na imprensa

- Planejar envio dos releases em diálogo com assessores/comunicação dos parceiros para apoio no cumprimento das ações em comunicação e aprovação dos textos para divulgação;

- Apresentar os relatos já registrados através da série audiovisual "Para Além dos Muros da Escola: Professores que Transformam", a fim de definir estratégias de divulgação em cada região.

Período: JAN/2026

- Instituto Brasil Solidário abre inscrições 2026 do seu projeto educacional para municípios de todo país

Período: FEV/2026

- Metodologia IBS com os cursos EAD (Geral)

Período: MAR/2026

- Ação do projeto em São Paulo como arte da Campanha Global Money Week

Período: ABR/2026

- Imposto de Renda: escolas usam jogos para explicar para que servem os impostos

Período: MAI/2026

- Semana Nacional de Educação Financeira (geralmente em maio)

Período: JUN/2026

- Dados do semestre mostram aumento da inadimplência: projetos escolares podem reduzir comportamentos de risco nas novas gerações

Período: JUL/2026

- Dados semestrais do Banco Central (endividamento e inadimplência)

Período: AGO/2026

- Por que boas políticas educacionais ainda não chegam à todas as salas de aulas e o que metodologias aplicadas em redes municipais revelam

Período: SET/2026

- Aprendizagem em queda: métodos lúdicos e educação financeira podem reconectar estudantes ao conteúdo

Período: OUT/2026

- Black Friday nas escolas: como jogos ensinam consumo consciente e decisão racionais

Período: NOV/2026

- Relatório do Saeb/INEP e dados do TPE (Todos Pela Educação) mostrando queda em Matemática e Língua Portuguesa.

Período: DEZ/2026

- Acessibilidade com os jogos (Mês da pessoa com Deficiência)

Sugestões de Pauta para divulgação geral durante todo o ano:

- Importância da educação financeira no Brasil – Dados da expansão do projeto e resultados de impacto. Release com destaque no alcance do projeto e a representação desse impacto para a rede pública de ensino (Divulgação: Nacional);
- Projeto + impacto de desenvolvimento econômico com cases e personagens locais (Divulgação: Regional);
- Mostrar a relevância do projeto com os números atuais de cada região + cases de alunos e professores (Divulgação: Regional);
- Ações de acessibilidade (Parceria com HD Sunflower + impacto social com cases e personagens Brasil). Destaque para parceria com a HD Sunflower, Cordão de Girassol oficial, com gibis do Maurício de Sousa. Lançamento do curso de Introdução à Educação Inclusiva (Divulgação: Nacional).

b) Portal “Vamos Jogar e Aprender”

www.vamosjogareaprender.com.br

- Ampliação do site ‘Vamos Jogar e Aprender’, voltado ao Projeto Jogos de Educação Financeira, com versões em espanhol e inglês, considerando a expansão do projeto já iniciado em escolas no Chile, Colômbia, Uruguai, Argentina, Peru, México, El Salvador, Panama e Costa Rica.
- Sinalização para a nova versão do site, disponível na “home” principal, facilitando o acesso. Todos os conteúdos devem ser traduzidos, inclusive os tutoriais e vídeos institucionais, para manter a interatividade em todas as línguas.
- Atualização das seções de “Materiais de apoio”, em que mostramos as novas cartas e deixamos para download as palestras e sequências didáticas que usamos em nossas formações. Alguns materiais também estarão disponíveis para impressão, como os bloquinhos dos jogos Bons Negócios e a tabela de produtos do Piquenique;
- Produção de tutoriais e vídeos curtos falando sobre educação financeira e o conceito dos jogos, buscando assim maior identidade com o público jovem;
- Divulgação dos minidocumentários, intitulado “Além dos Muros da Escola”, mostrando casos de transformação e impacto social a partir do projeto com os jogos de educação financeira.

c) Redes Sociais:

Instagram: [@vamosjogareaprender](https://www.instagram.com/vamosjogareaprender)

- Criar calendário de planejamento das divulgações (Período: Mensal);
- Criar conteúdos específicos com foco nas propostas pedagógicas e orientações sobre os conceitos da educação financeira;
- Compartilhar dicas pedagógicas, com um passo a passo de ações já promovidas dentro das escolas e que podem ser referência para outras iniciativas dentro e fora de sala de aula;
- Relatar as temáticas abordadas nas formações do EaD, com orientações de atividades que podem ser fomentadas e replicadas em qualquer região do Brasil;
- Compartilhar os vídeos produzidos dentro das atividades de cada projeto, assim como as séries com depoimentos de alunos e educadores que passaram pelas formações e levaram o aprendizado visto nos projetos para além dos muros da escola.

d) Informativo – Educação Financeira em Foco

Período: Bimestral

www.brasilsolidario.org.br/noticias/educacao-financeira-em-foco/

- Produção de um informativo bimestral reunindo relatos e depoimentos de boas práticas promovidos nas escolas a partir das ações focadas no projeto de educação financeira com os jogos;
- Entrevista com educadores, gestores e alunos para as notícias a serem publicadas;
- Criar sessão "Pedagógica" com orientações e dicas de práticas que podem ser fomentadas em sala de aula;
- Produzir para a sessão dedicada ao prêmio "Educador de Valor" focada na valorização dos educadores multiplicadores do projeto em sua rede de atuação;
- Disponibilizar o link de acesso aos informativos no site oficial, viabilizando transparência para os beneficiários e patrocinadores sobre a repercussão das ações.

e) Canal no Youtube:

www.youtube.com/@ibseducacaofinanceira

- Compartilhar conteúdo exclusivo para o canal de educação financeira, ampliando o acesso à informação sobre o tema a toda a rede de educadores, de forma aberta e gratuita;

Disponibilizar no canal vídeos da Formação EaD de Educação Financeira, com dicas e tutoriais para desenvolver as atividades pedagógicas;

Potencializar a playlist com os vídeos legendados em espanhol, para os educadores da América Latina que está participando do projeto;

Potencializar a playlist do Piquenique Online – Libras, para expandir a proposta de inclusão social e acessibilidade das atividades do projeto.



Instituto
**BRASIL
SOLIDÁRIO**



JUNTOS CONSTRUÍMOS

Jogar 
e Aprender

VIZANDO
O JOGO



Siga o @brasilsolidario nas redes sociais
e conheça todos os canais oficiais do
Instituto pelo QR Code acima ou [neste link](#).