

Formação e
mobilização
cultural

COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS PARA O MUNDO DIGITAL





Oi, somos
**Amanda e
Nathália**

**Comunicar para
construir um mundo
melhor,
é isso que nos move!**

Como fazemos?

1

Gestão de
marcas

2

Marketing
digital

3

Campanhas

4

Comunicação
institucional

Quem confia no nosso trabalho



...e muito mais!

**Então bora começar
com alguns combinados?**

Primeiro!

Perguntas não só são bem-vindas, mas também ajudam bastante as apresentadoras!





Segundo!

Estaremos juntos durante várias horas, então **aproveite os 20 minutos de coffee break para recuperar as energias e criar novas conexões.**

Terceiro!

Vamos ter momentos de discussão em grupo, porque nós aprendemos muito mais pensando juntos.



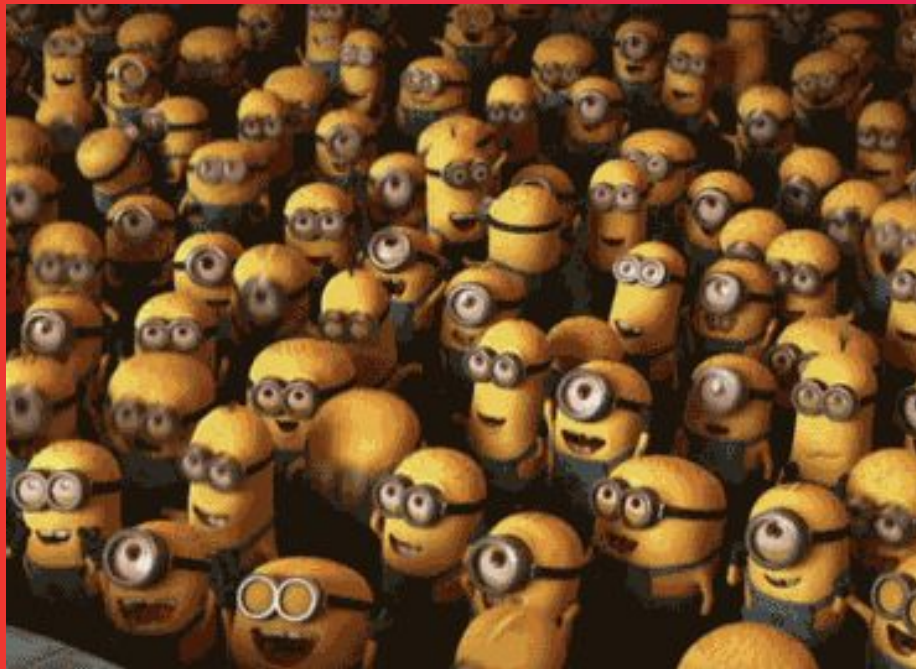


Quarto!

Durante toda a apresentação vamos usar um case de uma organização fictícia, chamada **Instituto ABCD**.

Quinto!

Os slides serão enviados junto com os certificados após responderem a pesquisa de satisfação.



**Por que as organizações
precisam se comunicar?**

**A jornada do empreendedor social
é cheia de desafios**



**Como a comunicação pode
ajudar a resolver esses
problemas da sua iniciativa?**

Precisamos ver a comunicação
como uma ponte!



Como trabalhar a comunicação da sua iniciativa?



Defina a sua
marca



Conheça o seu
público



Entenda seus
objetivos



Descubra os
canais



Aprenda a
contar a sua
história



**Defina a
sua marca**

Quando falamos de uma marca,
**estamos falando de várias
coisas**

**Propósito
e valores**



Mensagem



**Personalidade
da marca**



Identidade

Propósito e valores

O que te move?

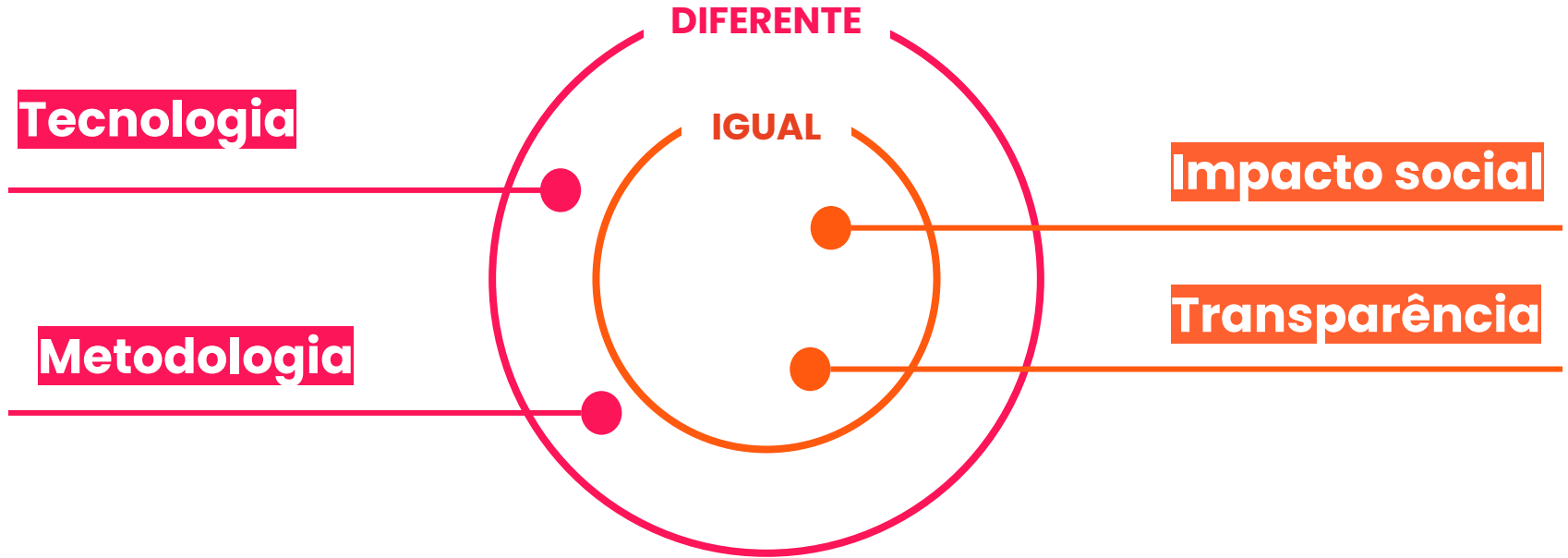
Qual é a sua missão?

Quais são seus valores?

O que você discorda?



Posicionamento de marca



Mensagem

O que você quer dizer para as pessoas?

Qual a moral da história que você sempre conta?

Qual é seu slogan?



Personalidade da marca

Como você se comporta?

Quais são seus arquétipos?

Qual o seu tom de voz?



O que faz mais sentido para sua marca?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Falo na 1ª pessoa | <input type="checkbox"/> Falo na 3ª pessoa |
| <input type="checkbox"/> Artigos femininos | <input type="checkbox"/> Artigos masculinos |
| <input type="checkbox"/> Passo informação | <input type="checkbox"/> Conto histórias |
| <input type="checkbox"/> Sou consultor | <input type="checkbox"/> Sou amigo |
| <input type="checkbox"/> Sou sério | <input type="checkbox"/> Sou engraçado |
| <input type="checkbox"/> Sou regional | <input type="checkbox"/> Sou nacional |
| <input type="checkbox"/> Sou formal | <input type="checkbox"/> Sou informal |
| <input type="checkbox"/> Linguagem simples | <input type="checkbox"/> Linguagem complexa |
| <input type="checkbox"/> Explico no detalhe | <input type="checkbox"/> Direto ao ponto |

A marca tem palavras e/ou expressões próprias?

A marca tem hashtags próprias?

A marca usa emojis? Quais?

A marca usa gírias e/ou abreviações? Quais?

Como a marca inicia/finaliza uma conversa?

Como a marca convida as pessoas a se engajarem?

O que faz mais sentido para sua marca?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Falo na 1ª pessoa | <input type="checkbox"/> Falo na 3ª pessoa |
| <input type="checkbox"/> Artigos femininos | <input type="checkbox"/> Artigos masculinos |
| <input type="checkbox"/> Passo informação | <input type="checkbox"/> Conto histórias |
| <input type="checkbox"/> Sou consultor | <input type="checkbox"/> Sou amigo |
| <input type="checkbox"/> Sou sério | <input type="checkbox"/> Sou engraçado |
| <input type="checkbox"/> Sou regional | <input type="checkbox"/> Sou nacional |
| <input type="checkbox"/> Sou formal | <input type="checkbox"/> Sou informal |
| <input type="checkbox"/> Linguagem simples | <input type="checkbox"/> Linguagem complexa |
| <input type="checkbox"/> Explico no detalhe | <input type="checkbox"/> Direto ao ponto |

A marca tem palavras

A marca tem hashtag

A marca usa emojis? C

A marca usa gírias e/c

A marca tem palavras e/ou expressões próprias?

A marca tem hashtags próprias?

A marca usa emojis? Quais?

A marca usa gírias e/ou abreviações? Quais?

Identidade

Como a sua organização se apresenta visualmente?

O que as pessoas estão vendo quando acessam sua iniciativa?



Nome

solea

Logotipo



Fontes

INCLUSIVA | | | | | **EXCLUSIVA**

Séria | | | | | *Descontraída*

Clássica | | | | | **Inovadora**

PESADA | | | | | **Leve**

AUTORIDADE | | | | | *Amizade*



INCLUSIVA | | | ● | | | | **EXCLUSIVA**

Séria | ● | | | | | *Descontraída*

Clássica | | | | ● | | | **Inovadora**

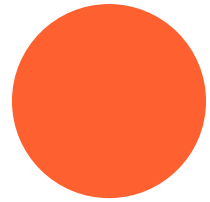
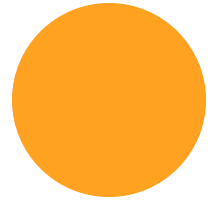
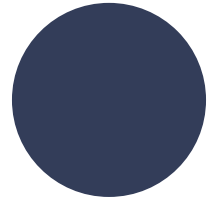
PESADA | ● | | | | | **Leve**

AUTORIDADE ● | | | | | | *Amizade*

Paleta de cor



INSTITUTO
solea





MARROM

Aconchego, onipresença, adaptabilidade



PRETO

Elegância, individualidade, objetividade



CINZA

Velhice, neutralidade, indústria, tecnologia, reflexão/teoria



VERDE

Natureza, esperança, segurança, saúde, riqueza



AZUL

Harmonia, paz, simpatia, tranquilidade, inteligência, ciência

AMARELO

Alegria, juventude, diversão, otimismo, vitalidade e criatividade



LARANJA

Sociabilidade, transformação, recreação, lúdico, diversão



VERMELHO

Amor, calor, força, vida, felicidade, proximidade



ROSA

Gentiliza, delicadeza, sensibilidade, equilíbrio



ROXO

Magia, feminino, poder, espiritualidade



DELÍRIO
~Tropical~



**Em qual
área esta
organizaçã
o atua?**





NEACA
TECENDO REDES



NEACA

TECENDO REDES

ESTUDO DE CASO

Vamos construir
uma **identidade** para
o Instituto ABCD?

Instituto ABCD

Localizado no Complexo da Maré, o Instituto ABCD utiliza a arte e a educação para contribuir com o desenvolvimento educacional dos alunos por meio de aulas de reforço escolar no contraturno, atendendo mais de 120 crianças e adolescentes entre os 6 e os 14 anos.

NOME

O que vocês acham do nome?

O nome é único?

O nome reflete a atuação da organização?

É preciso mudar o nome?

SÍMBOLO

Quais símbolos representam arte e cultura?

Quais símbolos poderiam ser utilizados para representar essa organização?

CORES

Quais cores refletem a atuação dessa instituição?

SLOGAN

Qual poderia ser a frase que representa esse Instituto?

INTERVALO

Voltamos 11h15



**Conheça
seu público**

O que você
comunica,
você comunica
para quem
e por quê?



Público-alvo



Beneficiários



Parceiros



Empresas
doadoras



Pessoas
doadoras



Voluntários

Como esse público alvo pode se transformar em uma persona?



Causa

Reciclagem e
gestão de resíduos



Público

Catadores de materiais
recicláveis, artesãs,
prefeitura da cidade



Persona

Qual a idade média?
Tem mais mulheres
ou homens? Qual a
escolaridade dessa
pessoa? Por qual
canal essa pessoa se
comunica?

Persona



José

Gari ou catador
de materiais
recicláveis



Beth

Beneficiária da
instituição



Helena

Gestora de
responsabilidade
social



Diná

Doadora



Qual a relação a organização quer ter com a pessoa?

Quais são os objetivos?

Quais são os desafios?

Nome:

Idade:

Sexo:

Profissão:

Escolaridade:

Localização:

Qual o conteúdo essa pessoa quer acessar?



Qual a relação da organização
com o beneficiário?

Beneficiária do projeto

Nome

Beth

Idade

45

Sexo

Quais são os objetivos?

- Conseguir novas fontes de renda.
- Melhorar a qualidade de vida de sua família.
- Ter mais autonomia.
- Ter acolhimento, um espaço de escuta.

Quais são os desafios?

- Alto índice de conflitos e violência.
- Falta de qualificação profissional.
- Oferta de opções culturais limitadas ao território (falta diversidade na cultura local).
- Falta de recursos financeiros.
- Não se sentirem inseridos em determinados locais.

Quais são os desafios?

Qual o conteúdo essa pessoa quer acessar?

- Ver a transformação sociocultural.
- Compartilhar histórias de superação.
- Trazer informações sobre oportunidades.
- Mostrar pessoas semelhantes que superaram os desafios.

- 
-
- Facebook
 - Instagram
 - Whatsapp
-

- Fotos
- Vídeos curtos

¿Qué es?

ESTUDO DE CASO

**Se você tivesse que
pensar em **personas**
para o Instituto
ACBD, como elas
seriam?**



Qual a relação a organização quer ter com a pessoa?

Quais são os objetivos?

Quais são os desafios?

Nome:

Idade:

Sexo:

Profissão:

Escolaridade:

Localização:

Qual o conteúdo essa pessoa quer acessar?

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**Como usar a IA
para ajudar a
criar o
público-alvo?**

Acesse chat.gpt

Mensagem para prompt:

Informações da organização: Eu tenho um Instituto, chamado Instituto ABCD. Localizado no Complexo da Maré, o Instituto ABCD utiliza a arte e a educação para contribuir com o desenvolvimento educacional dos alunos por meio de aulas de reforço escolar no contraturno, atendendo mais de 120 crianças e adolescentes entre os 6 e os 14 anos. Eu quero ajuda para criar o público alvo da minha organização.

Pessoas da organização: Minha organização fala com alunos, pais e cuidadores de alunos, professores, doadores, financiadores e Comunidade da Maré.

Pedido: Quero que defina 4 personas para o meu público, trazendo o perfil da pessoa, a relação com a organização, os objetivos, os canais de comunicação. Incluir também os conteúdos que essa pessoa poderia acessar nas redes sociais.

PROMPT – CRIAÇÃO PÚBLICO-ALVO – Resposta

1. Persona 1: Maria - Mãe de Aluno

- **Perfil:** Maria tem 35 anos, mora na Comunidade da Maré e é mãe de Lucas, um aluno do Instituto ABCD. Ela não tem um emprego fixo, mas busca melhorar a vida de seu filho. A educação e o desenvolvimento pessoal de Lucas são suas principais preocupações.
- **Relação com a Organização:** Maria confia no Instituto ABCD como um lugar seguro e educativo para o seu filho. Ela acompanha o progresso de Lucas e busca alternativas para melhorar a qualidade de vida de sua família.
- **Objetivos:** Aumentar o desenvolvimento educacional do filho, buscar formas de apoio à sua educação e garantir que Lucas tenha uma chance de um futuro melhor.
- **Canais de Comunicação:** WhatsApp, Facebook, Instagram, Cartazes na comunidade.
- **Conteúdos nas Redes Sociais:**
 - Dicas sobre como ajudar os filhos com a lição de casa.
 - Histórias inspiradoras de outros pais e filhos que superaram desafios educacionais.
 - Vídeos curtos de atividades educacionais e artísticas que o Instituto oferece.
 - Anúncios de eventos e ações de integração com as famílias.

3. Persona 3: Lucas - Doadores e Financiadores

- **Perfil:** Lucas tem 40 anos, é empresário e mora fora da Comunidade da Maré. Ele tem um interesse genuíno em apoiar iniciativas educacionais e sociais e busca formas de contribuir para a melhoria da comunidade.
- **Relação com a Organização:** Lucas doa periodicamente para o Instituto ABCD e busca ver o impacto de suas contribuições na vida das crianças.
- **Objetivos:** Ajudar na educação de jovens da Maré, contribuir para um projeto de impacto social significativo e garantir que seus recursos sejam bem aplicados.
- **Canais de Comunicação:** LinkedIn, e-mail, Instagram, site da organização.
- **Conteúdos nas Redes Sociais:**
 - Relatórios de impacto social detalhados mostrando como as doações estão sendo utilizadas.
 - Testemunhos de alunos, professores e familiares mostrando como o apoio financeiro fez a diferença.
 - Fotos e vídeos de eventos e melhorias no espaço educacional.
 - Atualizações sobre novos projetos e programas que necessitam de financiamento.

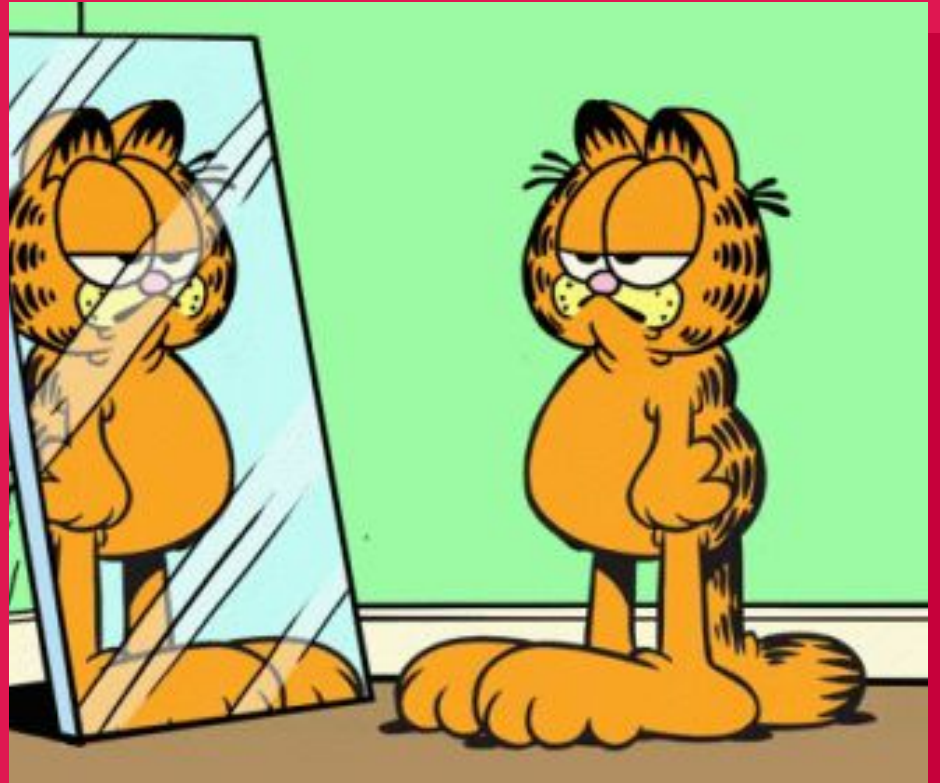
2. Persona 2: João - Educador do Instituto

- **Perfil:** João tem 28 anos, é professor de artes e trabalha no Instituto ABCD. Ele é apaixonado por educação e acredita no poder transformador da arte.
- **Relação com a Organização:** João desempenha um papel fundamental no desenvolvimento dos alunos e busca constantemente formas de melhorar seu trabalho e a interação com as crianças e adolescentes.
- **Objetivos:** Criar um ambiente estimulante para o aprendizado, compartilhar conhecimentos com os alunos e promover a arte como ferramenta de crescimento e transformação.
- **Canais de Comunicação:** WhatsApp, Instagram (para se conectar com alunos e pais), Facebook (para atualizações da comunidade educacional).
- **Conteúdos nas Redes Sociais:**
 - Dicas pedagógicas para trabalhar com crianças em situação de vulnerabilidade.
 - Postagens sobre o impacto da arte na educação e no desenvolvimento dos alunos.
 - Vídeos de atividades realizadas nas aulas e resultados alcançados.
 - Depoimentos de alunos e pais sobre o impacto positivo do trabalho educacional.

4. Persona 4: Ana - Aluna do Instituto

- **Perfil:** Ana tem 12 anos e está no 6º ano da escola. Ela adora arte e é uma aluna dedicada no Instituto ABCD, especialmente nas aulas de dança e música. Ana vem de uma família de classe baixa e vê no Instituto uma oportunidade para alcançar seus sonhos.
- **Relação com a Organização:** Ana sente que o Instituto é um lugar onde pode se expressar e aprender, e deseja continuar sua educação ali.
- **Objetivos:** Melhorar suas habilidades na arte, ter um futuro melhor através da educação e se sentir realizada.
- **Canais de Comunicação:** Instagram, YouTube (ela segue influenciadores e conteúdos educativos).
- **Conteúdos nas Redes Sociais:**
 - Vídeos de atividades e performances artísticas realizadas pelos alunos.
 - Desafios e competições educativas, como apresentações de dança e arte.
 - Histórias inspiradoras de outros alunos que conseguiram sucesso através do Instituto.
 - Conteúdos motivacionais que a incentivem a continuar se dedicando aos estudos e à arte.

O seu
posicionamento
de marca **reflete**
o público que
você quer
alcançar?





**Entenda seus
objetivos**

Defina seus objetivos



Conseguir mais
doadores



Manter um
relacionamento
com o financiador



Ser reconhecido
pelo público geral



Conseguir mais
voluntários

...entre outros

Suas metas devem ser

S - Específicas

M - Mensuráveis

A - Atingíveis

R - Relevantes

T - Temporais



Conseguir mais 10
doações até dezembro

Conseguir um novo voluntário de
comunicação até janeiro de 2023

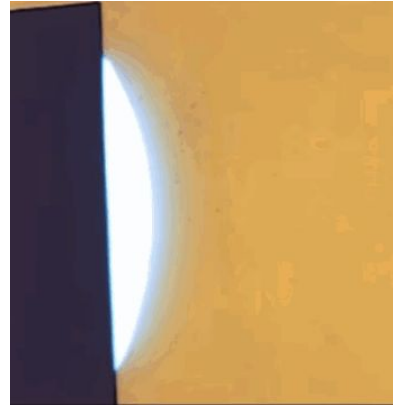
Crie um plano para alcançar as metas



Crie uma
campanha de
doação



Invista em
marketing
digital




Faça uma
divulgação na
TV aberta



Bata de porta
em porta na
vizinhança

...entre outros



**Descubra
os canais**

Existem dois tipos de canal de comunicação

Pessoais

Envolvem duas ou mais pessoas que se comunicam diretamente.

Não-pessoais

São aqueles em que são utilizadas ferramentas para a transmissão da mensagem.

Pessoal



Conversa

Boca a boca

Apresentação

Palestra

Ligação telefônica

Videochamada

Conversa no Whatsapp

Não-pessoal

Escrita

Transmitida

Eletrônica

Expositiva

Escrita



Revista

Livro

Jornal

Flyer

Folder

Mala direta

Transmitida



Televisão

Rádio

Rádio Comunitária

Podcast

Streaming

Lives



**Rádio comunitária da
Aldeia Kumarumã**

Todos os episódios



• EP 212 - Sete erros da minha trajetória profissional

Impacto na Encruzilhada

Estou na pista há mais de vinte anos e já dei muitas cabeçadas. Reuni sete delas aqui pra compartilhar contigo e, assim, tentar não cair nesses mesmos erros novamente. Que venham novos erros, né? Aperte o play e boa escuta :...

domingo • 39min 13 s



EP 211 - Um papo sobre precarização laboral (Bianca Monteiro)

Impacto na Encruzilhada

Nossa convidada retornou pra destrinchar um tema quente e sobre o qual pouco falamos abertamente na fantástica fábrica do impacto: afinal, qual a fronteira entre flexibilização e precarização laboral? Diante de um contexto de...

7 de abr. • 50min 23 s



EP 210 - Sobre procurar emprego ou viver de consultoria

Impacto na Encruzilhada

Refli

fant

31 de



Sobre

Impacto social de forma franca e de peito aberto. O Lado B da fantástica fábrica do impacto socioambiental. Toda semana um (ou dois) EPs novos. Quer saber mais sobre o assunto, passa lá no meu blog: fabiodeboni.com.br



Impacto na Encruzilhada (Trailer)

Trailer 58 s



5 ☆ (73)

Cultura

Sociedade

Podcast Impacto na Encruzilhada

Eletrônica



Sites

Redes Sociais

Google Ads

E-mail Marketing

Blog

Newsletter



ongamaar

Seguir

Enviar mensagem



3.174 publicações

30,1 mil seguidores

3.603 seguindo

ONG AMAAR - Maringá, PR

Associação Maringaense de Ajuda aos Animais Resgatados

📍 FEIRA DE ADOÇÃO: domingo | 9h às 14h | Praça do Bem (Pq. do Ingá)

🔑 PIX: ongamaar@gmail.com

🌐 linktr.ee/ONGAMAAR

Seguido(a) por wowkmariana



GATINHOS



DOGUINHOS



RESGATES 2



FEIRINHA



RIFA



CASTRACÃO



ADOTADOS 2

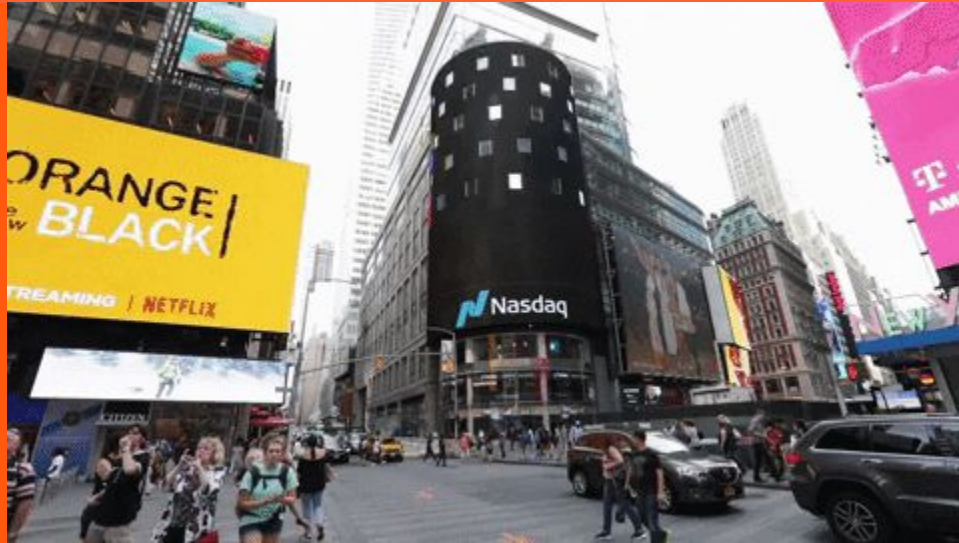
📱 PUBLICAÇÕES

🎬 REELS

🏷️ MARCADOS



Expositiva



Cartaz

Banner

Outdoor

Mobiliário Urbano

SE VOCE NAO JOGA
LIXO NO CHAO DA
SUA CASA P R QUE
VAI JOGAR EM
FRENT A ESCOLA?

ESTAMOS CAUSAN
DE MADAR MO
SEU LIXO

NÃO JOGUE
X LIXO NA
NOSSA ESCOLA!

SEJ
CONSCIENTE
AO
JOGAR
LIXO





PAREM O

DES PERDICIO

LE ARTISTAS Quilto
@Artista Quilto

Ministério da Cultura, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, Via Rio e Fábrica Carioca de Catalizadores apresentam:



Ministério da Cultura, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, Via Rio e Fábrica Carioca de Catalizadores apresentam:



**O que você pode
aproveitar do seu
território para
divulgar a sua causa?**

Por que ter um site?





Por que atualizar um site?



Menu

INSTITUCIONAL

- Quem somos
- Programas e Projetos
- Parcerias

YANOMAMI

- O Povo Yanomami
- Jornal WanoWano
- O Movimento Indígena

SERVIÇOS

- Notícias
- Biblioteca
- Multimídia
- Boletim eletrônico
- Fale com a gente
- Mapa do site



EDUCAÇÃO



Últimas Notícias

Distrito Sanitário Yanomami e Secoya realizam curso de AIS no rio Marauá

Sex, 26 de Maio de 2017 02:21





EM DEFESA DO POVO DA FLORESTA

ÁREAS DE ATUAÇÃO



EDUCAÇÃO DIFERENCIADA

Promoção de uma educação diferenciada, intercultural e bilíngue que dialogue com as novas necessidades do povo Yanomami



PROTAGONISMO INDÍGENA

Fortalecimento do protagonismo e da governança para a gestão autônoma do plano de gestão territorial e ambiental Yanomami



EDUCAÇÃO EM SAÚDE

Prevenção de doenças e valorização das tradições e a inserção de lideranças indígenas na elaboração de estratégias de saúde pública.



EM DEFESA DO POVO DA FLORESTA

ÁREAS DE ATUAÇÃO



EDUCAÇÃO DIFERENCIADA
Promoção de uma educação diferenciada, intercultural e bilíngue que dialogue com as novas necessidades do povo Yanomami



PROTAGONISMO INDÍGENA
Fortalecimento do protagonismo e da governança para a gestão autônoma do plano de gestão territorial e ambiental Yanomami



EDUCAÇÃO EM SAÚDE
Prevenção de doenças e valorização das tradições e a inserção de lideranças indígenas na elaboração de estratégias de saúde pública.



PUBLICAÇÕES

Planos Nacionais de Educação para Povos Indígenas
Elaborado em 2010, este documento estabelece diretrizes para a educação diferenciada dos povos indígenas brasileiros.

Política Nacional de Educação em Saúde para Povos Indígenas
Elaborada em 2010, esta política estabelece diretrizes para a educação em saúde diferenciada dos povos indígenas brasileiros.

Política Nacional de Educação Intercultural e Bilíngue para Povos Indígenas
Elaborada em 2010, esta política estabelece diretrizes para a educação intercultural e bilíngue dos povos indígenas brasileiros.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**Como usar a IA para
criar um site para o
Instituto ABCD?**

Acesse o site gamma.ia

Mensagem para prompt:

Pedido: Crie a página inicial de um site institucional para o Instituto ABCD, uma ONG localizada no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro. O site tem como objetivo atrair novos doadores, financiadores e parceiros institucionais.

Informações da organização: O Instituto ABCD atua com educação de base no contraturno escolar, oferecendo reforço escolar com metodologias lúdicas e gamificadas para mais de 120 crianças e adolescentes entre 6 e 14 anos, que estudam em escolas públicas e vivem em situação de vulnerabilidade social.

Criar com IA

Como você quer começar?




Colar texto
Criar a partir de anotações, um esboço ou conteúdo existente →



Popular

Gerar
Criar a partir de um prompt de uma linha em poucos segundos →



Importar arquivo ou URL
Aprimorar documentos, apresentações ou páginas da Web existentes →

PROMPT – CRIAÇÃO DE SITE

Borda

1 Instituto ABCD: Transformando Vidas através da Educação

2 Quem Somos

- ONG localizada no Complexo da Maré, Rio de Janeiro
- 10 anos de atuação em educação complementar
- Impacto direto em 120 crianças e adolescentes
- Metodologia educacional inovadora e gamificada

3 Nossa Missão

- Promover educação de qualidade em áreas vulneráveis
- Desenvolvimento integral de crianças e adolescentes
- Ferramentas pedagógicas lúdicas e tecnológicas
- Preparação para protagonismo social e acadêmico

4 Impacto Social

- 120 estudantes atendidos anualmente
- 95% de melhoria no desempenho escolar
- Foco em escolas públicas do Complexo da Maré
- Metodologia desenvolvida com especialistas em educação

5 Metodologia Educacional

Instituto ABCD: Transformando Vidas através da Educação

No Complexo da Maré, investimos no futuro de crianças e adolescentes, oferecendo educação de base inovadora e transformadora. Seja um parceiro!

Doe Agora

Seja um Voluntário

Quem Somos

- **ONG Localizada:** Atuamos no coração do Complexo da Maré, Rio de Janeiro, há 10 anos.



INTERVALO

Voltamos 14h00

Como seu site pode ser encontrado?

1

Ferramentas de busca

2

Menções em outros sites

3

Conteúdos e blogs

4

Redes sociais

5

Materiais físicos

Como seu
site pode
ficar bem
ranqueado
no Google?





agencia de comunicação ong



Patrocinado



Agência 1

www.agencia.com.br

Agência 1

Trabalhamos a visibilidade de organizações por meio do planejamento, desenvolvimento e aplicação de estratégias de **comunicação**. visibilidade de organizações ...

Anúncio
pago



Agência Kio

<https://www.agenciakio.org>

Agência Kio | Comunicação para o Terceiro Setor | Brasil

Trabalhamos a visibilidade de organizações por meio do planejamento, desenvolvimento e aplicação de estratégias de **comunicação**. visibilidade de organizações ...

Forma
orgânica
(SEO)

Dicas para melhorar o SEO do seu site

1

Utilize de palavras-chave no seu site

2

Crie nomes para as páginas do site

3

Utilize informações de contato no rodapé

4

Gere conteúdos relevantes

5

Tenha um site que funcione em diversos dispositivos

Como anunciar seu site?

The screenshot displays the Google Ads dashboard. At the top, the Google Ads logo is on the left, and utility icons (wrench, question mark, bell) and contact information (497-634-8785 Instituto eKloos, natalia.zavoli@ekloos.org) are on the right. Below the header, the page title is 'Todas as campanhas'. A navigation bar includes a '+ NOVA CAMPANHA' button, 'MUDAR DE VISUALIZAÇÃO' (30 dias atrás, 7 fev a 8 mar 2021), 'DOWNLOAD', and 'COMENTÁRIOS'.

Summary metrics are shown in colored boxes:

- Cliques: 21,4 mil
- Impressões: 305 mil
- CPC médio: \$ 0,36
- Custo: \$ 7,81 mil

The main section is titled 'Campanhas' with a 'Classificação: Status' filter. It lists three campaigns:

Nome	Status	Custo	Impressões	Cliques	CPC médio
A campanha 11 foi criada em 27/04/2020 16:41	EM ANDAMENTO				
Festival UP!	ATIVADO	\$ 324	57,3 mil	4,02 mil	\$ 0,08
Comunicação	ATIVADO	\$ 3,76 mil	188 mil	14,2 mil	\$ 0,27

Additional details for 'Festival UP!': Pontuação de otimização: 82,8% (represented by a blue progress bar).



Você sabia que pode ter até
10 mil dólares por
mês
para divulgar a sua iniciativa?



Solicite uma conta do Google para organizações sem fins lucrativos

Quando a qualificação da sua entidade for verificada, você poderá ativar os produtos do Google mais adequados às suas necessidades.

[Primeiros passos](#)

[Ver requisitos de qualificação](#) ↗

Utilize o e-mail marketing para se comunicar diretamente com seu público.



Imagem: Justine
Ross, Michigan
Medicine



Como escolher a
rede social da sua iniciativa?

Quais redes sociais vocês mais usam?



93,7%
Whatsapp



92%
Instagram



81,5%
Facebook



63,9%
TikTok



57,1%
Telegram



55,9%
Messenger



51,7%
Pinterest



41,7%
Kwai

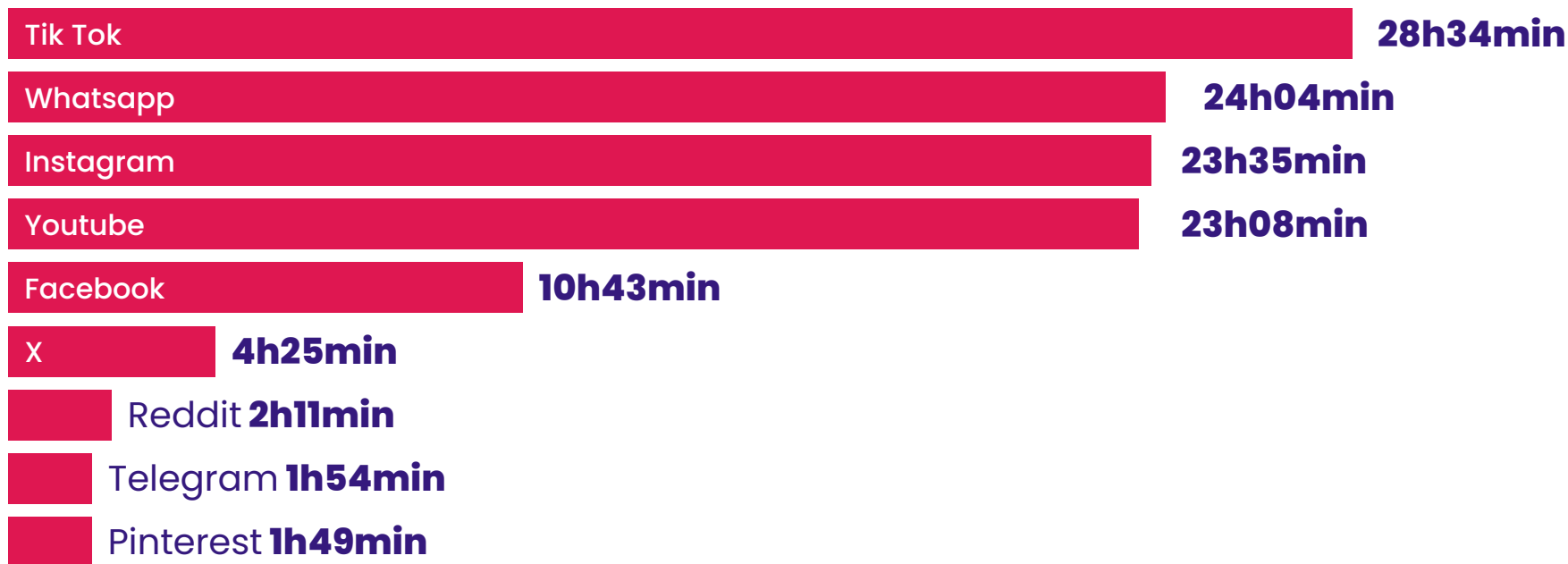


40,5%
LinkedIn



38,5%
X(Twitter)

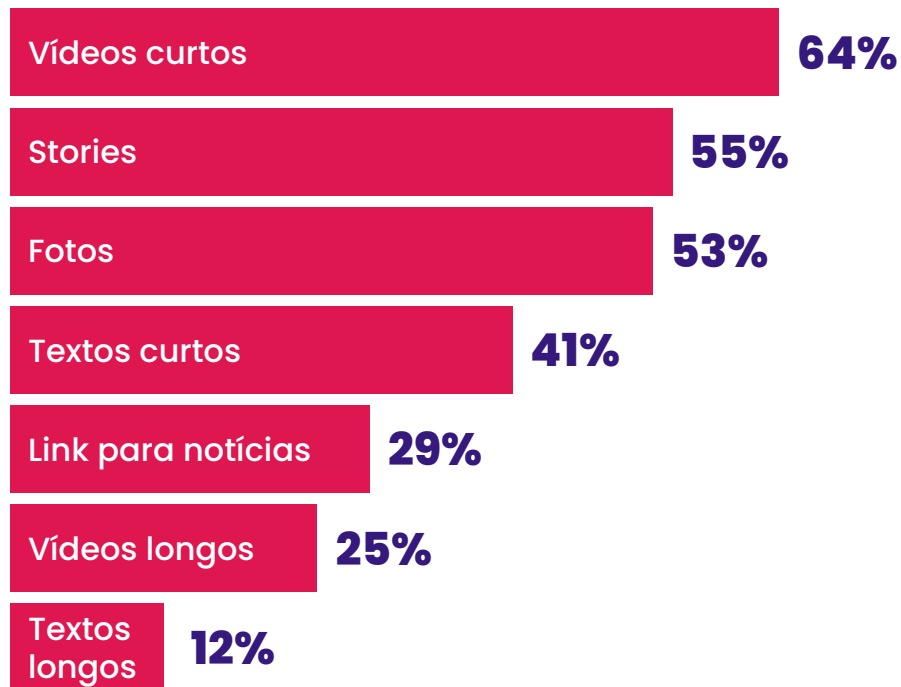
Tempo de uso das redes sociais



Fonte: Global Overview Report 2025 - Foco Brasil

Que tipo de conteúdo mais atrai a atenção dos brasileiros?

Fonte: Opinion Box / @rafaelkiso





Facebook

Página da organização

Possibilidade de criar grupos

Ferramentas para lançamentos, ofertas, promoções e eventos



Instagram

Geração de conteúdo


Fortalecimento da
marca

Funcionalidades da
plataforma

Interação com o público

Funcionalidades do Instagram

Stories



wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...


3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brasil
wwfbrasil ✓
Organização não governamental (ONG)
O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AgoraÉAgora
#JuntosÉPossível
bit.ly/pontodonaoretorno-amazonia + 4

Seguido(a) por [barbosaelisa_phi.org.br](#) e outras 18 pessoas

ATL 20 ANOS Em Ação Hora do Plan... COP29 Biodiversidade Marco Tempo... Manifesto

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS



The grid shows several WWF posts. The top row includes a post with two men in a forest, a post with a man's face and the text 'Juntos pela verdade Juntos pela natureza', and a post with a forest background and the text 'Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta'. The bottom row includes a post with the text 'QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?' and a post with the text '15 DE ABRIL DIA MUNDIAL DO CAFÉ'.

Funcionalidades do Instagram

wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...

3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brazil
wwfbrasil

Organização não governamental (ONG)
O WWF-Brazil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AHoraÉAgora
#JuntosÉPossível
bit.ly/pontodonaoretorno-amazonia + 4

Seguido(a) por [barbosaelisa_phi.org.br](#) e outras 18 pessoas

ATL 20 ANOS Em Ação Hora do Plan... COP29 Biodiversidade Marco Tempo... Manifesto

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS

Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados...
Já sabemos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.

Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta

ADA QUARELA
QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?

16 DE ABRIL
DIA MUNDIAL DO CAFÉ



wwfbrasil

WWF-Brasil

wwfbrasil threads.net



O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida.
#AgirÉUrgente #JuntosÉPossível

56,4 mil seguidores · wwf.org.br/sobrenos/links



Seguir

Mencionar

Threads

Respostas

Reposts

Funcionalidades do Instagram

wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...

3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brasil

[@wwfbrasil](#) ✓

Organização não governamental (ONG).
O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AHoraÉAgora
#JuntosÉPossível

Seguido(a) por [barbosaelisa_phi.org.br](#) e outras 18 pessoas

ATL Em Ação Hora do Plan... COP29 Biodiversidade Marco Tempo... Manifesto

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS

Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados...
Já sabemos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.

Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta

Juntos pela verdade Juntos pela natureza

ADA QUARELA
QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?

16 DE ABRIL
DIA MUNDIAL DO CAFÉ

Como preparar a sua bio?

Área de atuação


Palavras-chave

Prêmios ou reconhecimentos

Emojis para separar as
informações

Formas de contato como
telefone, WhatsApp e e-mail

Até 150 caracteres

redesdamare 

Seguir

Enviar mensagem




2.811 publicações

55,1 mil seguidores

1.436 seguindo


Redes da Maré


 redesdamare

Organização não governamental (ONG)

Lutamos há mais de 20 anos pela garantia de direitos dos mais de 140 mil moradores da Maré, o maior conjunto de favelas do Rio de Janeiro.

Rua Sargento Silva Nunes, 1012, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro 21042242

 linktr.ee/Redesdamare

institutoalana 

Seguir

Enviar mensagem




1815 publicações

546 mil seguidores


A seguir 380


Instituto Alana

Organização não governamental (ONG)

Criança primeiro. Esse é o nosso porquê. 

direitos das crianças | natureza | educação | inclusão

 linktr.ee/institutoalana

greenpeacebrasil 

Seguir

Enviar mensagem




5462 publicações

975 mil seguidores

A seguir 1227


Greenpeace Brasil


 greenpeacebrasil

Organização não governamental (ONG)



Ativistas por um mundo mais verde, justo e pacífico!

 beacons.ai/greenpeacebrasil

fundacaoabrinq 

Seguir

Enviar mensagem




1837 publicações


78,1 mil seguidores

A seguir 93

Fundação Abrinq

Dentro de cada um de nós, há um herói à espera de ser revelado.

 Seja um super-herói e use o seu poder para fazer a... mais

 linktr.ee/FundacaoAbrinq

Funcionalidades do Instagram

Site e links

wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...

3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brasil
wwfbrasil ✓
Organização não governamental (ONG)
O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AHoraÉAgora
#JuntosÉPossível
bit.ly/pontodenaoretorno-amazonia + 4
Seguido(a) por [barbosaelisa_ph.org.br](https://www.instagram.com/barbosaelisa_ph.org.br) e outras 18 pessoas

ATL 20 ANOS Em Ação Hora do Plan... COP29 Biodiversidade Marco Tempo... Manifesto

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS

Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados...
Já sabemos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.

Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta

QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?
ADA QUARELA

16 DE ABRIL DIA MUNDIAL DO CAFÉ

Funcionalidades do Instagram

wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...

3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brasil
wwfbrasil ✓
Organização não governamental (ONG)
O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AgoraÉAgora #JuntosÉPossível
bit.ly/pontodonaoretorno-amazonia + 4

Seguido(a) por [barbosaelisa_phi.org.br](#) e outras 18 pessoas

Destiques

- ATL
- Em Ação
- Hora do Plan...
- COP29
- Biodiversidade
- Marco Tempo...
- Manifesto

PUBLICAÇÕES **REELS** **MARCADOS**

Post 1: Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados... Já sabemos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.

Post 2: Juntos pela verdade. Juntos pela natureza.

Post 3: Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta.

Post 4: AÇA QUARELA. QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?

Post 5: 15 DE ABRIL. DIA MUNDIAL DO CAFÉ.

Funcionalidades do Instagram

wwfbrasil Seguir Enviar mensagem +R ...

3.164 publicações 292 mil seguidores 557 seguindo

WWF-Brasil
wwfbrasil ✓
Organização não governamental (ONG)
O WWF-Brasil é uma organização brasileira dedicada à conservação da vida. #AHoraÉAgora #JuntosÉPossível
bit.ly/pontodonaoretorno-amazonia + 4

Seguido(a) por [barbosaelisa_phi.org.br](#) e outras 18 pessoas

ATL 20 ANOS Em Ação Hora do Plan... COP29 Biodiversidade Marco Tempo... Manifesto

PUBLICAÇÕES **REELS** @wwfbrasil

Reels

Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados...
Já sabemos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.

Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta

ADA QUARELA
QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?

16 DE ABRIL
DIA MUNDIAL DO CAFÉ



wwfbrasil • Seguir

Áudio original



wwfbrasil A desinformação se espalha como fogo – e as consequências podem ser devastadoras.

O WWF-Brasil tem um compromisso com a verdade. Por isso, lutamos para que as decisões que afetam nosso presente e futuro estejam sempre baseadas em ciência e dados confiáveis.

O @guissampaio já é nosso grande aliado no combate à desinformação! E você? Juntos pela verdade. Juntos pela natureza



1 sem Ver tradução



baronideise



1 sem 2 curtidas Responder



apatriciajoaquim



1 sem 1 curtida Responder



renanbritofreiberger



1 sem Responder



fátima Liana - Prof. fátima



117 curtidas

3 de abril



Adicione um comentário...

Postar

Funcionalidades do Instagram

Feed

The image shows the Instagram profile for WWF-Brazil. At the top, the profile name is 'wwfbrasil' with a verified badge. Below the name are buttons for 'Seguir', 'Enviar mensagem', and a search icon. The profile statistics show 3.164 publicações, 292 mil seguidores, and 557 seguindo. The profile picture is the WWF panda logo. The bio identifies WWF-Brazil as a non-governmental organization (ONG) dedicated to conservation, with the hashtag #JuntosÉPossível and a link to a website. Below the bio are several topic tags: ATL, Em Ação, Hora do Plan..., COP29, Biodiversidade, Marco Tempo..., and Manifesto. The main content area is a grid of posts. The top row features three posts: one with indigenous people and text about ancestral knowledge, one with a man's face and text 'Juntos pela verdade Juntos pela natureza', and one with a forest background and text 'Em 2025, podemos mudar o rumo da destruição do planeta'. The bottom row shows the start of two more posts: one titled 'QUAL PEÇA ESTÁ FALTANDO NO QUEBRA-CABEÇA?' and another titled 'MUNDIAIS DIA MUNDIAL DO CAFÉ'.



Nós, povos indígenas, através do nosso conhecimento, dos nossos antepassados...

Já sabíamos que essa mudança climática, essa devastação, esse calor, já chegou.



wwfbrasil • Seguir



wwfbrasil O cacique Crisanto Rudzō Tseremey'wá lembra: os povos indígenas sabem e alertam há muito tempo que a catástrofe ambiental na Amazônia já é realidade.

Assista ao curta documental "Ponto de Não Retorno: Amazônia" e entenda por que o maior bioma do planeta está entrando em um processo irreversível de destruição. Link na bio!

1 sem Ver tradução



ale.n.godoy Ahhh bom antes era o Bolsonaro agora é o clima, o passarinho que bota fogo na floresta, o saci Pererê, etc... menos a incompetência do governo . Vcs não tem credibilidade enquanto passarem pano pra esse governo



6 d 1 curtida Responder Ver tradução



cinedelia Esse ai é um grande mestre! Liderança e orador Xavante! Quero ver o filme



1 sem Responder Ver tradução



472 curtidas

há 7 dias



Adicione um comentário...

Postar



LinkedIn

Foco no profissional

Conteúdo sobre
negócios, valores e
cultura organizacional

Encontrar
colaboradores

Encontre
porta-vozes
na sua
iniciativa





Raul Santiago · 2º



BRECHA hubdecria

Entre meus projetos sociais e meus negócios sociais: ativista, empreendedor, pai e cria da Favela. Tem quem diga, influencer.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil · [Informações de contato](#)

4.225 seguidores · + de 500 conexões



Amanda Pereira, Priscila Souza, e mais 20 conexões em comum

+ Seguir

Enviar mensagem

Mais



Ana Fontes  · 2º

CEO e Fundadora RME e Instituto RME Chair W20/ G20. 500+ influentes AL / Bloomberg VP Conselho do Pacto Global ONU BR. Membro CDESS/Conselhão Conselheira: Seguros Unimed/UAM/

 Top Voice

São Paulo, São Paulo, Brasil · [Informações de contato](#)

89.468 seguidores




Rede Mulher Empreendedora



Fundação Getúlio Vargas



raullantiago 

[Seguir](#)

[Enviar mensagem](#)

[+8](#) [...](#)

1.175 publicações

418 mil seguidores

7.454 seguindo

Raul Santiago

Dir. @paporetoinstituto | @eumotomundo

@iniciativapipa | @brechahubdecia | @festivalfavelacria @institutobrecha |... mais

linktr.ee/raullantiago

Seguido(a) por [sao.carlosativo](#), [mairadomst](#) e outras 33 pessoas



embaixador



podcast



F.Lemann



ONU



Creators



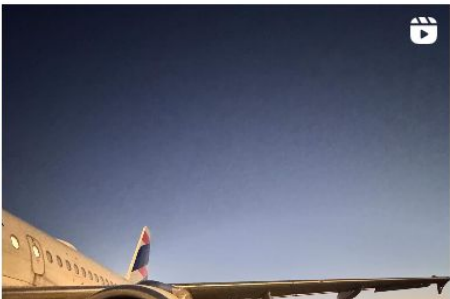
brechahub



 PUBLICAÇÕES

 REELS

 MARCADOS



renesilva



Seguir

Enviar mensagem



11.194 publicações

197 mil seguidores

7.473 seguindo

Rene Silva

renesilva



Fundador do Voz das Comunidades

Apresentador de TV

Complexo do Alemão, RJ BR

palestras: rene@casefala.com.br

direto:... mais

linktr.ee/ReneVoz

Seguido(a) por [ariadnelax](#), [sao.carlosativo](#) e outras 42 pessoas



PALESTRAS



PROGRAMA



HONRARIAS



PALESTRAS



Invasão Livros



PALESTRAS



Palestras

PUBLICAÇÕES

REELS

MARCADOS





TikTok

Vídeos curtos e dinâmicos

Vários recursos de edição

Alta capacidade de viralização



acaodacidania Ação da Cidadania

Seguir

Mensagem



0 Seguindo **59.4K** Seguidores **123.9K** Curtidas

A Ação da Cidadania combate todo o tipo de fome no Brasil.

linktr.ee/acaodacidania

☰ Vídeos

↕️ Republicações

📖 Curtido

Mais recentes

Popular

Mais antigos

Listas de reprodução



SOS Povos...

4 publicações

Vídeos



🔍 Pesquisar

🏠 Para você

🔍 Explorar

👤 Seguindo

➕ Carregar

📺 LIVE

👤 Perfil

⋮ Mais

Entrar

Empresa

Programa



amigosdobem Amigos do Bem

Seguir

Mensagem



49 Seguindo 95.7K Seguidores 829.4K Curtidas

🌻 Há 32 anos transformamos vidas no sertão nordestino.

www.youtube.com/amigosdo...

📺 Vídeos

↕️ Republicações

🔒 Curtido

Mais recentes

Popular

Mais antigos

Listas de reprodução

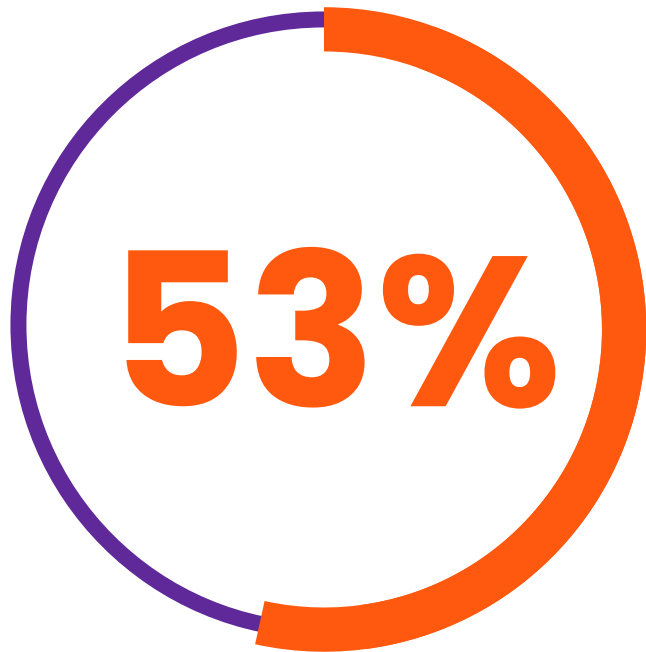


new_playlist

1 publicação

Vídeos





**dos usuários do
instagram de 16 a
64 anos também
usam o TikTok**

Fonte: Global Web Index / @rafaelkiso



YouTube

Conteúdo em vídeo

Shorts e vídeos longos

Conteúdo educativo,
tutoriais,
demonstrações

Possível monetização



X (Twitter)

Trending Topics

Máximo de 280
caracteres

Rapidez e dinamismo

Foco em notícias



Whatsapp

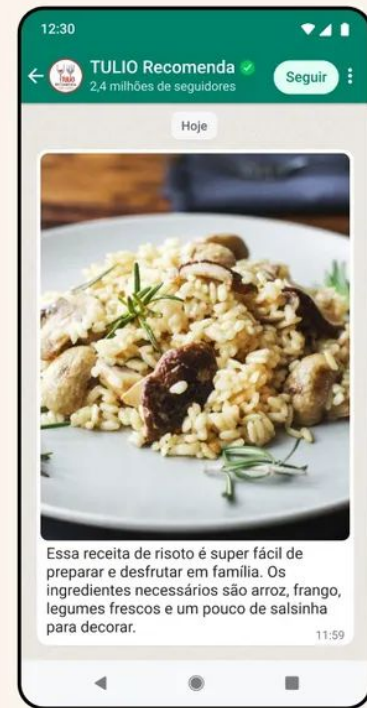
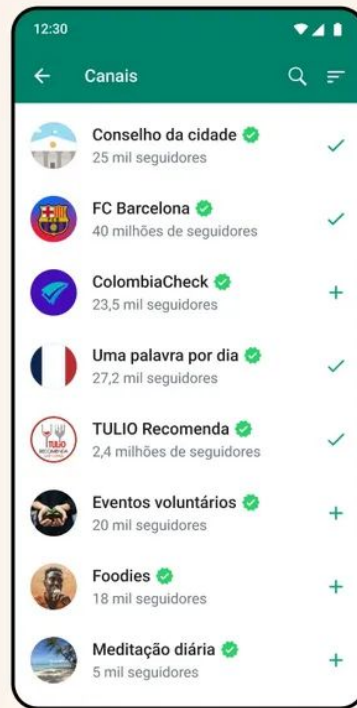
Comunicação direta
com o público

Fortalecimento do
contato

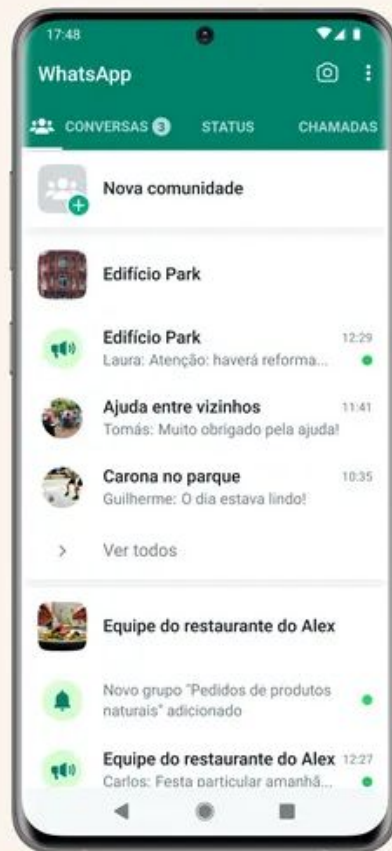
Criação de canais, listas
de transmissão e
comunidades

Abundância de pessoas
que utilizam o dia todo
a rede social

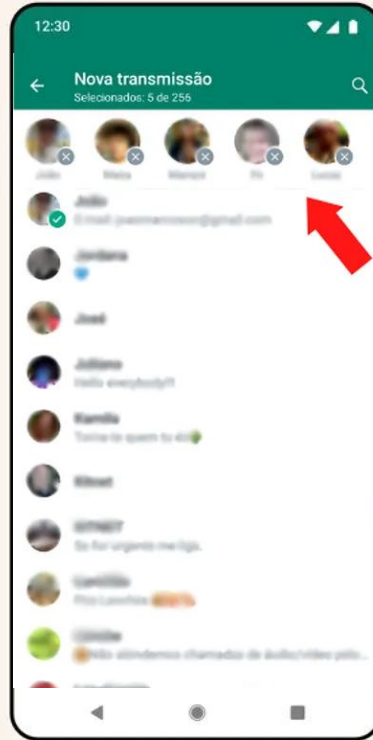
Canais



Comunidades



Lista de transmissão



Para que servem as hashtags ?

Acessar públicos de fora
do seu nicho

Criar um banco de fotos
do evento ou campanha

16:36

🔍 impactosocial

Contas Reels Áudio **Tags** Locais

- # impactosocial 385 mil publicações
- # impactosocial Menos de 100 publicações
- # impactosocialpositivo 5000+ publicações
- # impactosocialmv 1000+ publicações
- # impactosocialsi 🍏👍 Menos de 100 publicações
- # impactosocialmg 500+ publicações
- # impactosocial2019 100+ publicações
- # impactosocialyéticodelatecnologia Menos de 100 publicações
- # impactosocialatéticonacional Menos de 100 publicações
- # impactósocial Menos de 100 publicações
- # impactosocialeconômico Menos de 100 publicações

🏠 🔍 + 📺 KIO

16:36

🔍 impactosocial

Para você Contas Reels Áudio **Tags**

🏠 🔍 + 📺 KIO

16:38

🔍 ods

Para você Contas Reels Áudio **Tags**

🏠 🔍 + 📺 KIO

16:38

🔍 ods

Contas Reels Áudio **Tags** Locais

- # ods 788 mil publicações
- # ods2030 83,9 mil publicações
- # odsenacción 1000+ publicações
- # odstuch 1000+ publicações
- # odséate 5000+ publicações
- # ods15 18,7 mil publicações
- # odsdiba 1000+ publicações
- # ods16 17,5 mil publicações
- # kaldblodstravarsáklart 11,6 mil publicações
- # noodsnoodsnoods 92,2 mil publicações
- # ods17 32,1 mil publicações

🏠 🔍 + 📺 KIO

MARCA

Hashtags únicas que representam a sua marca

#InstitutoABCD
#ProjetoABCD

LOCAL

Hashtags que marcam localização ou área de atuação

#Maré

CONTEÚDO

Temas a serem abordados na publicação

#PauloFreire
#Podcast

NICHO

Áreas de atuação representadas na publicação

#TerceiroSetor
#Educação

← #fazerobem



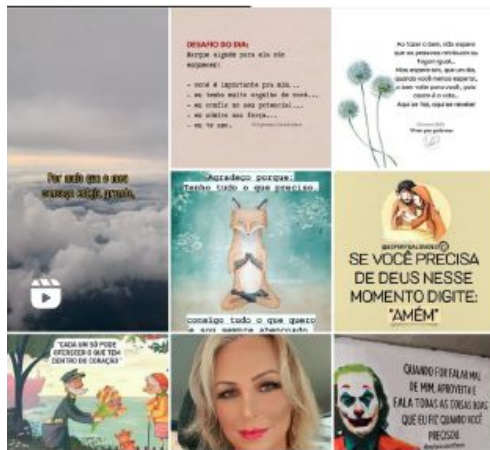
697K publicações

Seguir

Veja algumas das publicações mais relevantes a cada semana

Mais relevantes

Recentes



← #fazerobemfazbem



173K publicações

Seguir

Seguido por andreagomides

Mais relevantes

Recentes



← #fazbemfazerobem



11.1K publicações

Seguir

Veja algumas das publicações mais relevantes a cada semana

Mais relevantes

Recentes

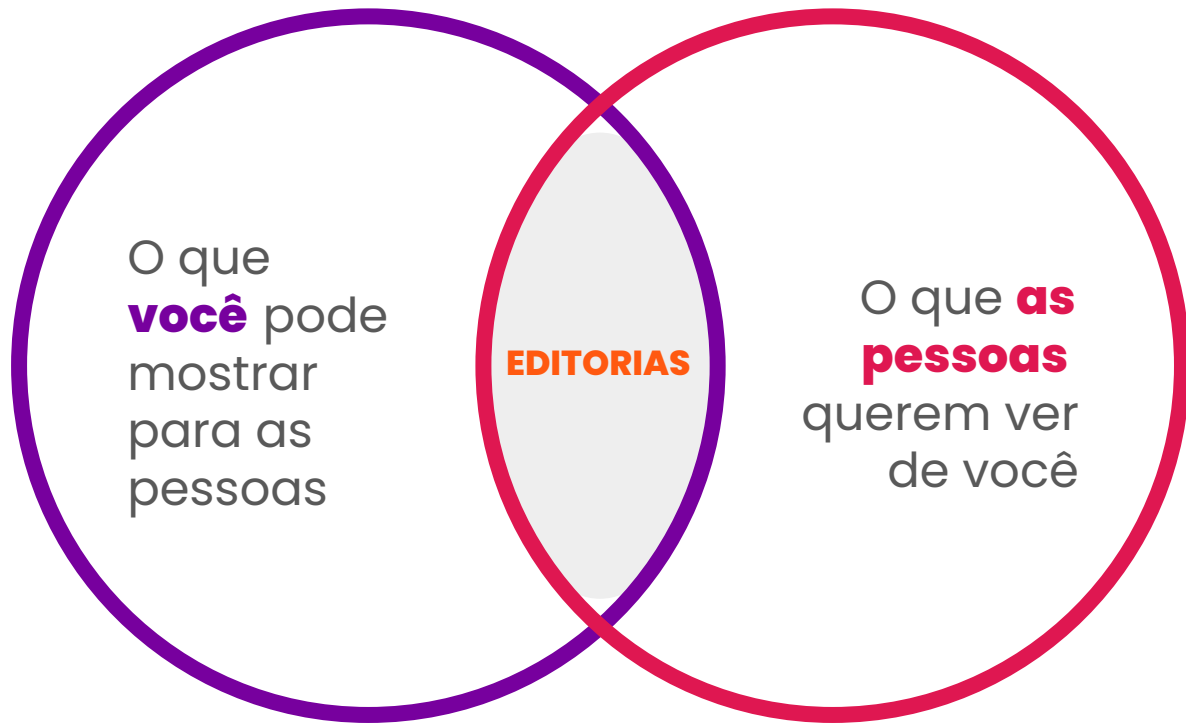


Se você não
se planejar,
**vai ficar
para trás!**



O que são editorias?





Criando editorias para sua rede

Tema da causa: **Adoção de animais**

EDITORIA 1

**Pedido de
doações**



EDITORIA 2

**Divulgação
dos pets**



EDITORIA 3

**Eventos
e feiras**



EDITORIA 4

**Voluntários e
lar temporário**



Instagram: @ongamaar

Criando editorias para sua rede

Tema da causa: **Apoio a catadores e suas famílias**

EDITORIA 1

Pedido de doações



EDITORIA 2

Histórias e depoimento



EDITORIA 3

Eventos e dia a dia



EDITORIA 4

Voluntários e equipe



Instagram: @catadoresdobem

ESTUDO DE CASO

**Se você tivesse que
pensar em editorias
para o Instituto
ACBD, quais seriam?**

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**Como usar a IA
para pensar em
editorias para as
redes sociais?**

Acesse chat.gpt

Mensagem para prompt:

Informações da organização: Eu tenho um Instituto, chamado Instituto ABCD. Localizado no Complexo da Maré, o Instituto ABCD utiliza a arte e a educação para contribuir com o desenvolvimento educacional dos alunos por meio de aulas de reforço escolar no contraturno, atendendo mais de 120 crianças e adolescentes entre os 6 e os 14 anos. Eu quero ajuda para criar o público alvo da minha organização.

Pessoas da organização: Minha organização fala com alunos, pais e cuidadores de alunos, professores, doadores, financiadores e Comunidade da Maré.

Rede social: Eu uso o instagram e post 3x por semana

Pedido: Quero que pense em editorias para minha rede social, considerando o objetivo da editoria, como vai ser trabalhado e exemplos de chamadas.

PROMPT – EDITORIAS REDES SOCIAIS – Resposta

1. Histórias de Transformação

- **Objetivo:** Mostrar como o Instituto tem impactado positivamente a vida das crianças e adolescentes.
- **Como vai ser trabalhado:** Compartilhar depoimentos de alunos, pais ou professores, além de mostrar os avanços acadêmicos e pessoais dos estudantes.
- **Exemplo de chamada:**
 - "A cada dia, uma nova conquista! Conheça a história da Ana, que superou desafios e cresceu com o apoio do Instituto ABCD. #HistóriasDeSucesso #TransformandoVidas"

2. Aprendizado com Arte

- **Objetivo:** Destacar o papel da arte no desenvolvimento dos alunos, mostrando como ela complementa a educação tradicional.
- **Como vai ser trabalhado:** Publicações mostrando atividades artísticas no Instituto, como dança, teatro e música, conectando a arte ao desenvolvimento acadêmico e pessoal.
- **Exemplo de chamada:**
 - "A arte é a chave para um aprendizado completo! Confira como nossas aulas de música e teatro ajudam nossos alunos a se expressar e aprender. #ArteNaEducação #ExpressãoCriativa"

3. Conexão com a Comunidade

- **Objetivo:** Engajar a comunidade local e fortalecer o vínculo do Instituto com o território da Maré.
- **Como vai ser trabalhado:** Posts que evidenciem a colaboração do Instituto com a comunidade local, destacando eventos, parcerias e projetos comunitários.
- **Exemplo de chamada:**
 - "Somos parte de uma comunidade forte! Juntos podemos transformar o Complexo da Maré. #UnidosPelaMaré #FortalecendoNossaComunidade"

4. Chamada para Ação - Apoio e Voluntariado

- **Objetivo:** Incentivar a participação da comunidade e de potenciais doadores e voluntários no trabalho do Instituto.
- **Como vai ser trabalhado:** Postagens convidando o público a contribuir com o Instituto, seja através de doações ou trabalho voluntário.
- **Exemplo de chamada:**
 - "Sua ajuda pode fazer toda a diferença! Junte-se a nós no Instituto ABCD e ajude a transformar o futuro de nossas crianças. #Voluntariado #ApoieOABCD"

Acesse chat.gpt

Mensagem para prompt:

Pedido: A partir das editorias criadas para o Instituto ABCD, quero que você desenvolva um calendário editorial para o instagram da minha organização.

Frequência: 3 publicações por semana

Formatos: Post no feed, reels ou stories

Diferença entre post orgânico e post patrocinado





Tenha boas
imagens e
vídeos da
sua ONG!

**PARQUE ECOLÓGICO
HERNANDES LIBERTUDES**

**PREFEITURA
DE PORTO FERREIRA**
Secretaria de Desenvolvimento Urbano, Saneamento e Meio Ambiente



NÚCLEO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

**PREFEITURA
DE PORTO FERREIRA**

Departamento de Desenvolvimento Urbano, Saneamento e Meio Ambiente







Dicas para tirar
uma boa foto



Limpe a lente da câmera ou celular antes de usar



Segure com as duas mãos para maior estabilidade



Evite o uso excessivo de ZOOM



Posicione a pessoa a **favor da luz, não contra**



Use a grade do celular e a **regra dos terços**



O fundo da sua foto também é importante



Aproveite a luz natural , principalmente pôr do sol

Foto vertical ou horizontal?

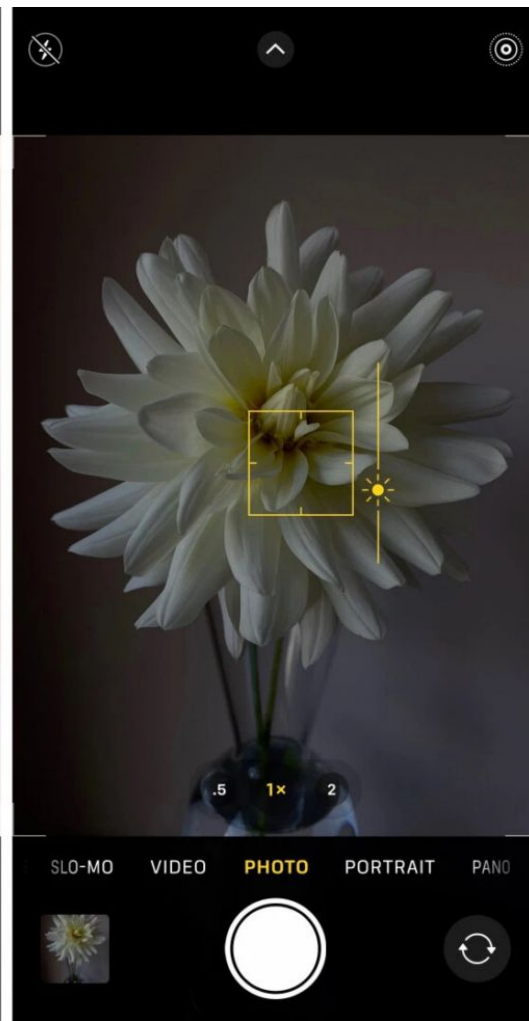
Horizontal



Vertical



Ajuste a exposição



Gravando vídeos para redes sociais

Formato

- 1-Grave o vídeo verticalmente
- 2-Centralize o rosto e deixe uma margem em volta conforme a imagem ao lado
- 3-Evite fundos com muita informação

Iluminação

- 4-Grave sempre de frente para a fonte de luz
- 5-Aproveite para gravar na luz do dia

Tempo

- 6-Você pode gravar um vídeo de até 1:30

Áudio

- 7-Tome cuidado com ruídos no áudio
- 8-Se preferir, utilize o microfone do fone de ouvido



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Como usar a IA para gerar imagens?

Como gerar imagens com ChatGPT e Gemini

PROMPT

Crie uma imagem 1080x1350 de uma criança de 9 anos sentada em uma carteira escrevendo. Ela está sorrindo. Ao fundo, é possível ver o Complexo da Maré.

CHATGPT

Crie uma imagem 1080x1350 de uma criança de 9 anos sentada em uma carteira escrevendo. Ela está sorrindo. Ao fundo, é possível ver o Complexo da Maré.



GEMINI

Crie uma imagem 1080x1350 de uma criança de 9 anos sentada em uma carteira escrevendo. Ela está sorrindo. Ao fundo, é possível ver o Complexo da Maré.



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Como usar a IA para gerar vídeos?

Como gerar vídeos com o Veed.IO

PROMPT

Localizado no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, o Instituto ABCD utiliza a arte e a educação para contribuir com o desenvolvimento educacional dos alunos por meio de aulas de reforço escolar no contraturno, atendendo mais de 120 crianças e adolescentes entre os 6 e os 14 anos. Crie um vídeo institucional para o Instituto ABCD. Utilize apenas imagens de crianças brasileiras.

PROMPT – CRIAÇÃO DE VÍDEOS PARA ONGS

VEED

Voltar

Inscriver-se gratuitamente

Personalizar o seu vídeo

Escolha o esquema, o apresentador e o estilo das legendas para o seu vídeo.

Tamanho

Retrato

Presenter

Avatar

Apenas voz



Avery
Formal



Lily
Casual



Lily
Formal



Devon
Formal



D
C

Estilo de legenda



Slay



Kitty



Hustle



Grape



Spro



Editar guião e revisão

Escolha o tom de voz, o público-alvo e faça as edições finais do guião.

ψ Inspirador ↕

👤 Pais de crianças e adolescentes ↕

🔄 Reescrever

Aqui no Instituto ABCD, a arte e a educação se entrelaçam para transformar vidas. Todos os dias, mais de 120 crianças e adolescentes, entre 6 e 14 anos, encontram um espaço seguro e acolhedor, onde podem aprender e se desenvolver. Nossas aulas de reforço escolar no contraturno não são apenas sobre conteúdo, mas sobre despertar o potencial de cada um. Através da música, da dança e das artes visuais, incentivamos a criatividade e a autoexpressão. Aqui, cada sorriso e cada conquista são passos rumo a um futuro brilhante. Juntos, estamos construindo um caminho de oportunidades e esperança. Venha fazer parte dessa transformação!

PROMPT – CRIAÇÃO DE VÍDEOS PARA ONGS

V Adicionar meios de comunicação

Carregar um ficheiro
Arrastar e largar um ficheiro
ou [importar de uma ligação](#)

Registo Kits de marca

Texto para fala Clone de voz **NOVO**

Avatares de IA Ver tudo

Transformando Vidas c... Guardar o seu projeto para mais tarde - [inscrever-se](#) ou [iniciar sessão](#) **Atualização** **Feito**

Ferramentas mágicas Volume Velocidade

Dividir Secção de descarregamento (0:06 - 0:06) 00:00.0 / 00:31.0 Em forma

Subtitles

studio-background.png

Composição final



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**Como usar a IA
para criar posts?**

Acesse o chat.gpt



Mensagem para prompt:

Pedido: Crie uma chamada e texto para uma publicação do instagram para pedir doações para realizar as aulas do meu projeto.

Informações da organização: O Instituto ABCD atua com educação de base no contraturno escolar, oferecendo reforço escolar com metodologias lúdicas e gamificadas para mais de 120 crianças e adolescentes entre 6 e 14 anos, que estudam em escolas públicas e vivem em situação de vulnerabilidade social.

PROMPT – CRIAÇÃO DE TEXTO PARA REDE SOCIAL – Resposta

Chamada:


Educação transforma — e você pode fazer parte disso!  


Texto da publicação:

Mais de 120 crianças e adolescentes da Maré contam com as aulas do Instituto ABCD para aprender com mais alegria, confiança e motivação.

Com reforço escolar no contraturno e metodologias lúdicas e gamificadas, oferecemos oportunidades reais de desenvolvimento para quem mais precisa.

Mas para continuar fazendo isso acontecer, precisamos de você.

Sua doação é o que mantém nossas aulas vivas, nossos professores engajados e nossos alunos sonhando alto. 

 Doe agora e ajude a escrever futuros mais justos e cheios de possibilidades.

[Insira link de doação ou "Link na bio"]

#DoeEducação #InstitutoABCD #ReforçoEscolar #EducaçãoTransforma #DoeAgora #CriançasDaMaré

#JuntosPelaEducação

Mensagem para prompt:

Pedido: Agora transformar a chamada em um card para rede social no tamanho 1080x1350. Usar a foto de uma criança para ilustrar.



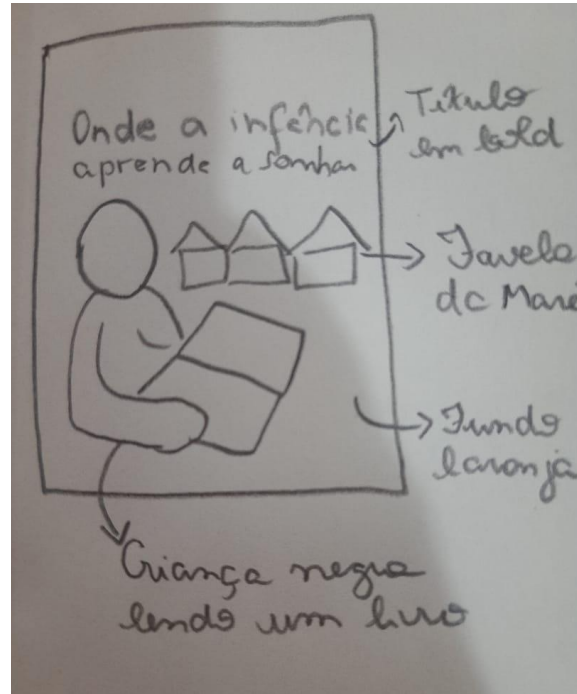
PROMPT – CRIAÇÃO DE CARDS PARA REDE SOCIAL – Resposta

Mensagem para prompt:

Pedido: Criar um post para instagram (tamanho 1080x1350px) do Instituto ABCD.

Usar informações e estruturas do desenho de referência.

Quero a foto de uma criança lendo o livro, em um fundo da favela da maré, com as cores em laranja e azul. O título em cima em bold, escrito "Onde a infância aprende a sonhar." com uma letra arredondada em azul.



Você ficou
**com alguma
dúvida?**



KIO



www.agenciakio.org



[instagram/agenciakio](https://www.instagram.com/agenciakio)



contato@agenciakio.org



(21) 99969-2342



(21) 2516-2854