



# PLANO DE COMUNICAÇÃO

---

MUSEU DO SAMBA

Promover o **Museu do Samba** como um espaço de memória e difusão do samba, fortalecendo sua imagem e ampliando seu alcance por meio de estratégias de comunicação eficazes e integradas, que engajem diferentes públicos e consolidem sua relevância cultural.

---

– OBJETIVO GERAL

# Como atuamos

---

## Missão

O Museu do Samba tem como missão preservar e promover a história e a cultura do samba, proporcionando uma compreensão mais profunda de sua importância histórica e social. O museu busca atuar como um centro de referência que conecta as gerações e fortalece a identidade cultural brasileira.

## História e Propósito

O Museu do Samba foi criado para documentar, preservar e difundir o samba como uma expressão cultural de grande relevância para a história do Brasil. Ele se dedica a resgatar e registrar a memória dos grandes nomes do samba e das escolas de samba, além de destacar o papel do samba na construção da identidade nacional.

# Preservação da Memória e do Patrimônio Cultural



- **Arquivo e Acervo:** Mantém um vasto acervo de documentos, fotografias, vídeos, instrumentos musicais e objetos relacionados ao samba. Esse material é cuidadosamente catalogado e preservado para futuras gerações.
- **Exposições:** Realiza exposições permanentes e temporárias que apresentam a história do samba e de suas figuras emblemáticas. As exposições são interativas e educativas, proporcionando uma experiência imersiva aos visitantes.

# Ações Comunitárias e Inclusão Social



- **Projetos Comunitários:** Implementa projetos voltados para comunidades carentes, utilizando o samba como ferramenta de inclusão social, educação e transformação.
- **Capacitação e Formação:** Oferece cursos e workshops para capacitação de jovens e adultos, incentivando a formação de novos talentos e a continuidade da tradição do samba.

# Educação e Pesquisa



- **Projetos Educacionais:** Desenvolve programas educativos voltados para estudantes e professores, promovendo visitas guiadas, oficinas e atividades pedagógicas que estimulam o interesse pelo samba e pela cultura popular brasileira.
- **Centro de Pesquisa:** Atua como um centro de pesquisa e referência para estudiosos e entusiastas do samba, oferecendo acesso ao acervo e incentivando a produção acadêmica e científica sobre o tema.

# Difusão e Valorização do Samba



- **Eventos e Atividades Culturais:** Organiza eventos, shows, palestras, rodas de samba e outras atividades culturais que promovem a difusão do samba e valorizam seus praticantes e admiradores.
- **Parcerias e Colaborações:** Estabelece parcerias com outras instituições culturais, escolas de samba e organizações para ampliar a visibilidade e o alcance das ações do museu.

# Objetivos **SMART**

---



Aumentar o número de visitantes em 15% até o final de 2024.



Aumentar o alcance das redes sociais em 20% até o final de 2024.



Obter 100% de avaliações positivas em pesquisas de satisfação do visitante até o final de 2024.



# Público-Alvo

---



## **Visitantes Locais:**

Residentes do Rio de Janeiro e arredores.



## **Turistas:**

Visitantes nacionais e internacionais interessados em cultura e samba.



## **Comunidade do Samba:**

Músicos, dançarinos, historiadores e entusiastas do samba.



## **Comunicadores e Influenciadores Digitais:**

Profissionais da imprensa e influenciadores nas áreas de cultura e música.



## **Estudantes e Educadores:**

Instituições educacionais e alunos de diferentes níveis.

# Análise da Situação Atual

## Pontos Fortes:

- I. Acervo rico e diversificado sobre o samba.
- II. Programação cultural de qualidade com eventos, exposições e oficinas.
- III. Localização central e de fácil acesso.
- IV. Equipe qualificada e apaixonada pelo samba.
- V. Forte presença na mídia local.

## Pontos Fracos:

- I. Falta de reconhecimento nacional e internacional.
- II. Presença nas redes sociais pode ser aprimorada.
- III. Site precisa ser atualizado e mais interativo.
- IV. Material de divulgação impresso.

## Oportunidades:

- I. Crescimento do turismo cultural no Rio de Janeiro.
- II. Aumento do uso das redes sociais e da internet.
- III. Crescente interesse pela cultura brasileira no exterior.
- IV. Parcerias com escolas, universidades e empresas.

## Ameaças:

- I. Corte no orçamento público.
- II. Concorrência de outros museus e eventos culturais.
- III. Desinteresse do público por cultura.

# Mensagem Principal

O Museu do Samba é o coração pulsante do samba, um lugar onde a história, a cultura e a música se unem para celebrar a identidade brasileira.



# Tom de Voz

## **Apaixonado:**

Demonstrar paixão e orgulho pelo samba e pela cultura brasileira.

## **Acolhedor:**

Criar um ambiente convidativo e receptivo para todos os públicos.

## **Inspirador:**

Transmitir a alegria e a energia contagiante do samba.

## **Educativo:**

Compartilhar conhecimento sobre a história e a cultura do samba de forma acessível e interessante.

# Canais de Comunicação



**Site:** Desenvolver um website moderno, informativo e interativo, com recursos como galerias virtuais, vídeos e podcasts.



**Redes Sociais:** Fortalecer a presença nas redes sociais com conteúdo de alta qualidade, incluindo fotos, vídeos, lives e transmissões de eventos.



**Mídia Local:** Construir relacionamentos com jornalistas e veículos de comunicação locais para obter cobertura jornalística do museu.



**Material Impresso:** Produzir material informativo e promocional de alta qualidade, como folhetos, cartazes e banners.



**Relações Públicas:** Realizar eventos e ações de marketing para promover o museu para o público-alvo.



**Parcerias:** Estabelecer parcerias com escolas, universidades, empresas e outras instituições para ampliar o alcance do museu.

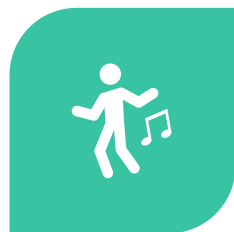
# Conteúdo

---



## **HISTÓRIAS DO SAMBA:**

CONTAR HISTÓRIAS INSPIRADORAS SOBRE A HISTÓRIA DO SAMBA, SEUS PERSONAGENS E SUAS LENDAS.



## **MÚSICA E DANÇA:**

COMPARTILHAR VÍDEOS DE APRESENTAÇÕES MUSICAIS E DE DANÇA DE SAMBA.



## **EDUCAÇÃO:**

OFERECER CONTEÚDO EDUCATIVO SOBRE O SAMBA, COMO INFOGRÁFICOS, ARTIGOS E VÍDEOS EXPLICATIVOS.



## **EVENTOS:**

DIVULGAR A PROGRAMAÇÃO CULTURAL DO MUSEU, INCLUINDO EVENTOS, EXPOSIÇÕES E OFICINAS.



## **BASTIDORES:**

MOSTRAR O DIA A DIA DO MUSEU E O TRABALHO DA EQUIPE.

# Estratégias de Ação



**Fortalecer a Presença na Mídia**



**Ações:** Produção de releases frequentes sobre eventos e exposições; estabelecer contatos regulares com jornalistas.



**Objetivo:** Garantir a cobertura contínua do museu em mídias impressas e digitais.



**Indicador:** Número de inserções em veículos de comunicação

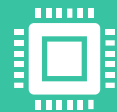
# Estratégias de Ação



**Ampliação da Presença nas Mídias Sociais**



**Ações:** Criação de conteúdo visual e interativo; realizar lives e sessões de perguntas e respostas.



**Objetivo:** Aumentar o engajamento e o número de seguidores nas redes sociais.



**Indicador:** Crescimento de 20% no engajamento e número de seguidores.



# Estratégias de Ação



**Promoção de Atividades Educativas e Culturais**



**Ações:** Organização de workshops, palestras e eventos temáticos.



**Objetivo:** Ampliar a participação do público e promover a educação cultural.



**Indicador:** Número de participantes nos eventos e atividades

# Estratégias de Ação



**Manutenção de Canais de Comunicação Ativos e Ágeis**



**Ações:** Atualização do site regularmente;



**Objetivo:** Oferecer informações precisas e atualizadas aos visitantes.



**Indicador:** Frequência de atualização do site e taxa de abertura das newsletters

# Estratégias de Ação



**Desenvolvimento de Conteúdos Multimídia**



**Ações:** Produção de vídeos documentários e podcasts sobre a história do samba.



**Objetivo:** Difundir o conhecimento e atrair novos públicos.



**Indicador:** Visualizações e downloads dos conteúdos produzidos

# Estratégias de Ação



**Monitoramento e Avaliação do Relacionamento com o Público**



**Ações:** Realização de pesquisas de satisfação e feedbacks pós-visita.



**Objetivo:** Avaliar a satisfação do visitante e identificar áreas de melhoria.



**Indicador:** Taxa de satisfação superior a 85% nas pesquisas de feedback

# Estratégias de Ação



## Parcerias Estratégicas e Colaborações



**Ações:** Estabelecer parcerias com instituições culturais e educacionais; envolver influenciadores.



**Objetivo:** Expandir o alcance e fortalecer a relevância do museu.



**Indicador:** Número de parcerias estabelecidas e eventos colaborativos realizados

# Metas e Indicadores



**Mídia:** Alcançar 50 inserções anuais em veículos de comunicação.



**Redes Sociais:** Aumentar o engajamento em 20% e seguidores em 30%.



**Website:** Elevar o tráfego em 25% e a taxa de permanência em 15%.



**Eventos:** Incrementar em 25% o número de participantes em atividades culturais.



**Satisfação:** Obter uma taxa de satisfação de 85% nas pesquisas pós-visita.

# Cronograma de Ações

Ação	Prazo	Responsável	Recursos Necessários
Produção de Releases	Mensal	Assessoria de Imprensa	Informações e Eventos
Atualização do Website	Semanal	Equipe de TI	Conteúdo Digital
Campanhas nas Redes Sociais	Contínuo	Social Media	Criação de Conteúdo
Eventos Culturais	Trimestral	Coordenação Cultural	Logística e Organização
Parcerias Estratégicas	Semestral	Relações Institucionais	Contatos e Negociações
Pesquisa de Satisfação	Anual	Equipe de Atendimento	Ferramentas de Pesquisa

# Plano de Mídia

Campanha	Plataforma	Investimento	KPI's
Reconhecimento de Marca	Facebook Ads / Meta Ads	R\$ 1.000,00 (Mensal)	Alcance, Impressões, Envolvimento
Engajamento e Seguidores	Facebook Ads / Meta Ads	R\$ 1.000,00 (Mensal)	Alcance, Impressões, Engajamento, Seguidores
Reconhecimento de Marca	Google Ads	R\$ 1.500,00 (Mensal)	Alcance, Impressões, Cliques
Jornal (centro e zona norte)	Mídia Off	R\$ 15.000 a R\$ 25.000 (por edição)	Anúncio de meia página
Busdoor (centro e zona norte)	Mídia Off	R\$ 1.500 a R\$ 3.000 (por busdoor por mês)	Unitário

Considerações Mídia Off: Esses valores são estimados e podem variar. Pode variar dependendo da quantidade de veículos e do tempo de exibição. Normalmente, há descontos para volumes maiores e contratos de longa duração.



# Obrigado.

**Gio Palladini**

GESTÃO

[artigoscomunica.com.br](http://artigoscomunica.com.br)

@artigoscomunicaite

(21) 99313-1339