

NOME DO COLETIVO:

ARACATI

NOME DO FILME:

GRANDE MAR REDONDO

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Mostrar Paranaguá por quem vive à margem do reconhecimento, valorizando suas histórias e olhares para transformar percepção e gerar pertencimento.

MOMENTO DE LANÇAMENTO

- **Data da Première:** 25 de Agosto de 2025
 - **Formato:** Exibição pública seguida de roda de conversa na instituição
 - **Objetivo:** Chamar atenção para olhares esquecidos de Paranaguá e fomentar conversas sobre inclusão e reconhecimento.
-

PÚBLICO-ALVO

Para quem será divulgada a exibição?

- Comunidade acadêmica (alunos, professores, coordenação)
- Famílias e moradores locais (especialmente os entrevistados)
- Autoridades locais, como Prefeito e secretariado
- Agentes culturais da cidade
- Seguidores dos perfis dos coletivos e da instituição

TOM E ESTILO DA COMUNICAÇÃO

A comunicação adota um tom sensível, humano e provocativo, buscando gerar identificação e empatia. A linguagem será acessível e direta, sem perder a profundidade. Esteticamente, optamos por uma abordagem documental com elementos visuais urbanos e rurais tradicionais, cotidianos e reais, que reforcem o sentimento de pertencimento e verdade. Queremos tocar, refletir e mobilizar.

CANAIS DE DIVULGAÇÃO

Quais plataformas e meios serão usados para comunicar o projeto? Criar para o coletivo ou filme?

Canal	Ação específica	Formato
Instagram	Postagens com bastidores e teaser	Feed, Reels e Stories
WhatsApp	Convite para a exibição (lista de transmissão e grupos dos dicentes)	Mensagem + flyer
Cartazes físicos	Distribuição na Instituição, Universidades próximas e Comércios locais e associados.	A3 colorido
YouTube	Publicação do filme após a exibição	Link com descrição
Evento presencial	Exibição + fala dos estudantes + coffee para convidados	Projeção + Roda + coffee

PEÇAS A SEREM CRIADAS

- Cartaz
- Flyer Digital
- Teaser para redes (30s)
- Miniatura para YouTube
- Texto e convite
- Postagens sequenciais com *citação de personagens reais do filme*

PARCERIAS E APOIOS

Instituições e pessoas a serem envolvidas na divulgação

- Professores da universidade (compartilhar nas turmas)
- Diretoria acadêmica
- Prefeitura de Paranaguá
- Coletivos culturais de Paranaguá
- Atlético da Instituição(Blackhawks)
- Contatos dos próprios entrevistados

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO – PROJETO FINAL

CRONOGRAMA DE DIVULGAÇÃO

Planejamento das etapas e momentos-chave da campanha.

Data	Ação	Responsável
01/08	Lançamento No Instagram/materiais de antecipação	
04/08	Lançamento do Cartaz oficial redes + envio do flyer no WhatsApp	
06/08	Envio dos Convites	
13/08	Postagem destacando os personagens e temas abordados - Mônica + Material complementar	
15/08	Postagem destacando os personagens e temas abordados - Marcio + Material complementar	
18/08	Postagem destacando os personagens e temas abordados - Ezequias + Material complementar	
20/08	Postagem destacando os personagens e temas abordados - Marlene + Material complementar	
22/08	Reforço de divulgação: contagem regressiva + lembrete da exibição	
25/08	Exibição pública do documentário + cobertura nas redes sociais	
29/08	Publicação do filme completo no YouTube + início do envio para festivais	
08/09	Relatório pós-produção + agradecimentos oficiais	