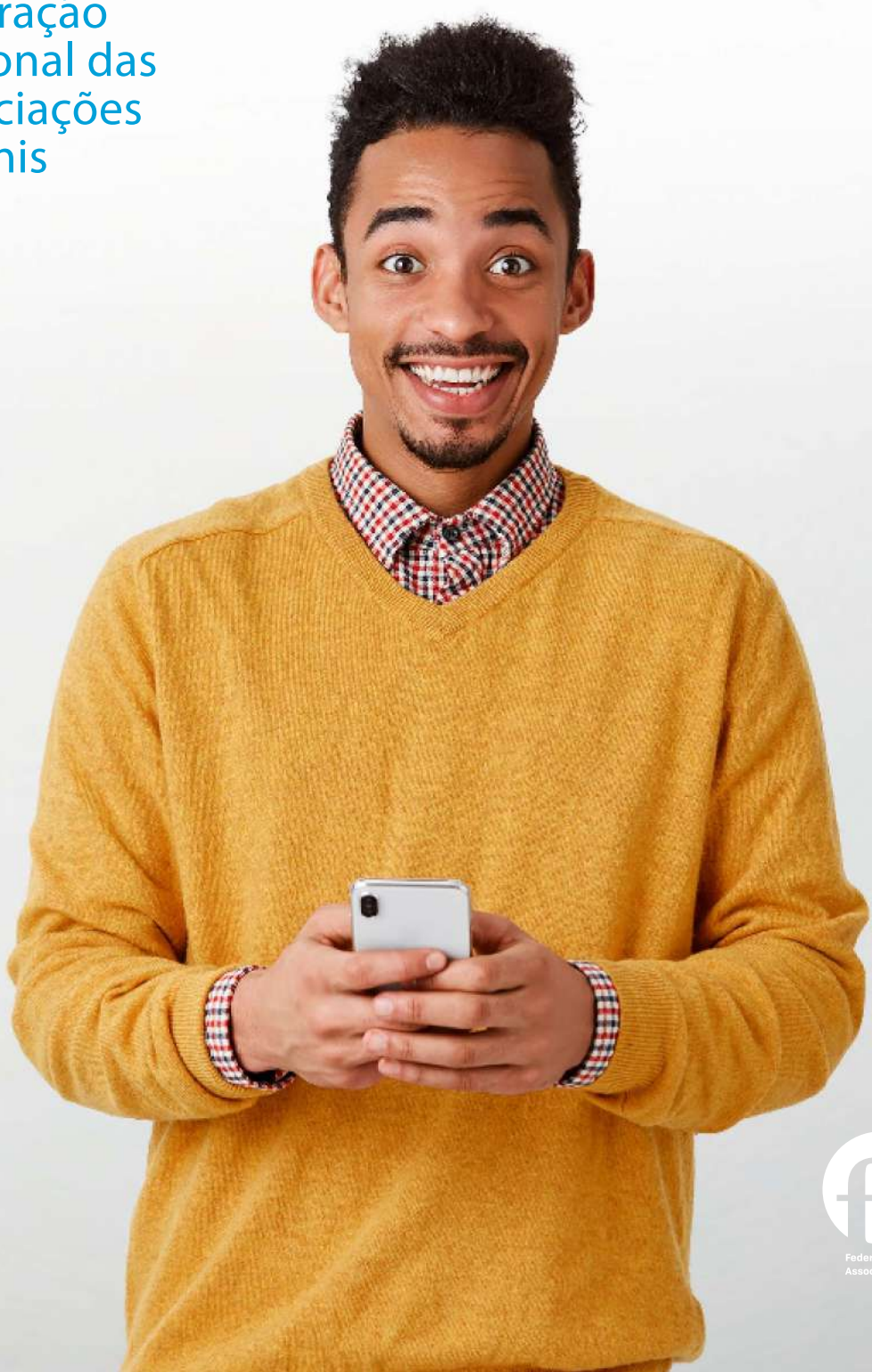
PLANO DE COMUNICAÇÃO FNAJ

Federação Nacional das Associações Juvenis



Federação Nacional das Associações Juvenis

PLANO DE COMUNICAÇÃO FNAJ

ÍNDICE

EDITORIAL 3

1. O PLANO DE COMUNICAÇÃO FNAJ 4
1.1 Pack Sou FNAJ 5
1.2 Pack Associativo FNAJ 6
1.3 Pack Comunicar FNAJ 6

2. PLATAFORMAS YOUTH CLOUD E CPIJ 8

3. COMO PROMOVER CONTEÚDOS ONLINE? 10

4. O ASSOCIATIVISMO E OS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 13

CONCLUSÃO 17

FICHA TÉCNICA

DIREÇÃO
Tiago Manuel Rego, Presidente FNAJ

EDIÇÃO
Ana Martins, Técnica FNAJ
Diva Freitas, Técnica FNAJ
Sara Monteiro, Técnica FNAJ

REVISÃO DE CONTEÚDOS
Cristiana Peres, Comunicação FNAJ

COMPOSIÇÃO E GRAFISMO
Mad Ideias

PUBLICAÇÃO
Gabinete de Comunicação e Novas Tecnologias da FNAJ
Centro Português de Informação Juvenil - CPIJ

Janeiro de 2022

EDITORIAL

A capacidade de comunicarmos entre pares, para as comunidades em que se inserem as associações juvenis e para os agentes políticos, na defesa dos nossos interesses e necessidades, será sempre um contínuo desafio, quer pela evolução das plataformas de comunicação, quer pelo investimento que é feito.

Ao reforçarmos o acesso à informação e o conhecimento da sociedade sobre a ação das associações juvenis, demonstramos o seu impacto e potenciamos o reconhecimento do trabalho desenvolvido por milhares de jovens e dirigentes associativos.

Neste sentido, o investimento que todas e todos devemos dedicar à comunicação trará um retorno positivo no envolvimento de mais jovens na dinâmica das associações e no alcance público das inúmeras atividades realizadas. Assim, seremos mais eficazes se formos capazes de comunicar de um modo criativo e envolvente, de forma a captar a atenção das novas gerações, consideradas nativas digitais e da era da informação.

> **“SE NÃO COMUNICARMOS BEM AS NOSSAS ATIVIDADES É QUASE COMO SE NUNCA TIVESSEM ACONTECIDO.**

Perante este desafio coletivo, a FNAJ partilha o seu conhecimento, experiência e boas práticas, plasmadas no seu **Plano de Comunicação**, com vista a otimizar e a aumentar a eficácia de comunicação das organizações de juventude, revendo conceitos de marketing digital, apresentando noções de design e conteúdo, reforçando a presença nas redes sociais, e não esquecendo a importância da relação com a imprensa local e regional.

A FNAJ desencadeou ainda uma **revolução digital na relação com as suas associações filiadas**, recorrendo a ferramentas promotoras de uma identidade comum e do reforço do sentimento de pertença à maior rede de organizações de juventude de Portugal.

A criação do Centro Português de Informação Juvenil e da *Youth Cloud*, plataformas de acesso dos jovens aos seus direitos e oportunidades, permitirão o reforço da rede e de sinergias associativas, bem como da integração de mais jovens neste movimento com mais de um milhar de organizações.

Apostar na comunicação é reforçar a sustentabilidade, o impacto e o reconhecimento da ação das associações juvenis, que reforçam e preservam o potencial e a iniciativa jovem, e de milhares de dirigentes associativos, que agem de forma voluntária e abnegada ao serviço do país e das suas comunidades.

Tiago Manuel Rego
Presidente da FNAJ

1.

O PLANO DE COMUNICAÇÃO DA FNAJ

A comunicação é um eixo de ação essencial para garantir um igual nivel de informação entre todos e, por consequência, iguais oportunidades. Consciente da necessidade de melhorar as plataformas de comunicação internas e externas da FNAJ para promover um maior reconhecimento social das associaçoes juvenis enquanto agentes de progresso e dinâmica nas suas comunidades e uma eficaz interação da Federação com a sua rede associativa, a FNAJ construiu o seu primeiro Plano de Comunicação.

Com recurso a 3 Packs FNAJ – **Sou, Comunicar e Associativo** – a Federação Nacional criou ferramentas que irão garantir uma maior difusão da informação até aos seus destinatários - as associadas, a sociedade, as instituições governamentais, entre outras.

> **“ UMA COMUNICAÇÃO MAIS FRESCA, ÁGIL E PRÓPRIA DO NOSSO TEMPO.**

1.1 *Pack* **Sou FNAJ**

Conjunto de ferramentas revolucionárias e promotoras de uma maior integração das associações juvenis na rede associativa da FNAJ, criando um método, simplificando e desmaterializando processos com recurso a plataformas digitais.

KIT ASSOCIADA

Documento de apresentação da FNAJ enviado a todas as novas associações filiadas, dando-lhes as boas-vindas e fornecendo informação acerca da estrutura: objetivos, organização, serviços, vantagens de filiação e contactos.

KIT MEMÓRIA

Documento que compila a história da FNAJ e do movimento associativo juvenil português, contendo dados desde a sua criação, a ação desenvolvida e os principais projetos e eventos, reforçando o sentimento de pertença das associações a esta rede nacional.

NOVA FICHA DE INSCRIÇÃO, ATUALIZAÇÃO E DE PERFIL ASSOCIATIVO

Ficheiro preenchido por todas as associações que se filiam na FNAJ e que permite analisar o cumprimento dos critérios necessários para a inscrição. Estas informações integram uma base de dados digital que se encontra em constante atualização, permitindo aferir possíveis alterações e perceber diferentes fatores do movimento associativo juvenil como a equidade dos órgãos sociais ou as suas áreas de intervenção, traçando o perfil da rede associativa.

CARTAS E PROCEDIMENTOS DE ADMISSÃO FNAJ

Carta de boas-vindas e documento de procedimentos orientadores a cumprir que são enviados a todas as novas associações filiadas para esclarecer o funcionamento da estrutura, de forma ágil e clara, criando uma relação mais uniforme e coesa.

PLATAFORMA "SOU FNAJ"

Plataforma de registo e gestão das associações juvenis na FNAJ a partir do qual todas as organizações passam a ter um perfil digital para um reforço do contacto da rede associativa juvenil, onde é possível enviar e atualizar documentos (atas de tomada de posse e fichas de inscrição, entre outros), consultar o registo do pagamento de quotas e partilhar atividades e eventos com todas as associações juvenis filiadas na FNAJ.

CARTÃO DIGITAL DE ASSOCIADA FNAJ

Cartão eletrónico da associação com o logotipo e possibilidade de acesso/consulta de informação. Este cartão online acede a todos os dados do AssociaPRO – Plataforma de Gestão Associativa da FNAJ, e a informações como o pagamento de quotas, notícias e alertas, permitindo o acesso privilegiado a eventos FNAJ, enquanto estruturas filiadas.

1.2 *Pack* Associativo FNAJ

Ferramenta que visa dar uma resposta eficaz e tão completa quanto possível no domínio do apoio especializado, da cedência de serviços, equipamentos e outros meios necessários ao desenvolvimento das múltiplas atividades associativas, alcançando diferentes valências como a gestão associativa, capacitação, mobilidade, rentabilidade, comunicação e participação.

Pretende potenciar a capacitação, orientação e inovação das Associações Juvenis com o objetivo de as tornar mais capazes na prossecução da sua missão.

O Pack tem como objetivo informar as associações juvenis filiadas na FNAJ das suas vantagens, parcerias e apoios, que se traduzem no acesso privilegiado a plataformas, serviços e descontos.

GABINETES DE APOIO AO ASSOCIATIVISMO JUVENIL

PLANO NACIONAL DE FORMAÇÃO | **CENTRO DE RECURSOS**

CENTRO PORTUGUÊS DE INFORMAÇÃO JUVENIL | **YOUTH CLOUD**

BOLSAS FNAJ - VOLUNTARIADO, LÍDERES E FORMADORES/AS

1.3 *Pack* Comunicar FNAJ

Instrumento de reforço da comunicação interna e externa da FNAJ, assente na renovação da presença online da FNAJ, na conquista de espaços de informação nos órgãos de comunicação social, no desenvolvimento de material de apresentação da estrutura e na produção de documentos informativos para jovens e associações juvenis.

NOVO *WEBSITE*

Reestruturação do site da FNAJ tornando o seu uso mais intuitivo, com uma imagem apelativa e com informação relevante e atualizada para todo o movimento associativo juvenil.

REDES SOCIAIS

Maior aposta da presença da FNAJ nas redes sociais, de forma a assegurar a divulgação de informação através de diferentes meios, com diferentes tipos de comunicação e alcançando diferentes públicos, nomeadamente através do Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e Youtube.

NOVA IMAGEM

Consolidação de uma imagem mais coerente e coesa da estrutura, utilizando cores atuais e associadas ao logotipo da FNAJ.

EMAILS PERSONALIZADOS

Criação de conta de email geral e pessoal, para cada membro da equipa técnica e direção, mantendo o domínio fnaj.pt. Foi também criada uma assinatura personalizada para cada técnico e diretor, para um contacto mais dirigido e personalizado.

NEWSLETTER

Reforço de uma ferramenta utilizada para comunicar de forma regular com o movimento associativo juvenil, agora de forma digital, partilhando conteúdo informativo da FNAJ e projetos e eventos relevantes das associações juvenis.

AGENDA JOVEM

Criação de uma agenda com atividades, iniciativas e reuniões da FNAJ, evidenciando toda a dinâmica interna e externa da estrutura para conhecimento de todas as associações FNAJ.

ARTIGOS DE OPINIÃO

Escrita regular de artigos de opinião sobre temas atuais relacionados com a Juventude e a sua publicação em jornais e/ou revistas nacionais para reforço da importância do setor e das suas organizações no panorama nacional.

FOLHETO DE APRESENTAÇÃO FNAJ

Apresentação sucinta da organização, missão e valências, de forma a agilizar o contacto inicial com a FNAJ e a fortalecer os já existentes, tornando clara a função e o trabalho da Federação Nacional.

MANUAIS E VÍDEOS "ACADEMIA ASSOCIATIVISMO JUVENIL"

Conjunto de manuais e vídeos explicativos dos processos associados à criação, gestão e sustentabilidade de uma associação juvenil, auxiliando e motivando os/as jovens a integrarem-se de forma mais ágil e simplificada no movimento associativo juvenil.

REVISTA "RADAR ASSOCIATIVO"

Revista temática que faz a compilação e publicação de estudos e projetos na área da juventude, resumindo matérias e temas que interessam e preocupam aos jovens. Tem como missão informar e dar a conhecer aos/às jovens projetos associativos inovadores e progressistas, produzidos em contexto associativo, partilhando boas práticas.

2.

PLATAFORMAS *YOUTH CLOUD* E CPIJ

Plataformas FNAJ para a promoção do associativismo, cidadania e do voluntariado jovem, que pretendem ser um laboratório para a "ficção-científica" das políticas de juventude em Portugal, testando novas metodologias e inovando ferramentas de incentivo à participação jovem.

Tratam-se de espaços de informação que disponibilizam um conjunto de ferramentas universais e gratuitas, com vista a colmatar o afastamento de jovens da participação cívica, associativa e mesmo política, através da estruturação de conteúdos como estudos e publicações na área da juventude, vídeos informativos sobre cidadania e associativismo, oportunidades de voluntariado, formação, entre outros, que pretendem fomentar a participação de jovens em associações juvenis e reforçar a sua capacitação e empoderamento.

> **"ACESSO UNIVERSAL DOS JOVENS E DAS JOVENS AOS SEUS DIREITOS E OPORTUNIDADES.**

CPIJ – CENTRO PORTUGUÊS DE INFORMAÇÃO JUVENIL

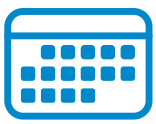
O Centro Português de Informação Juvenil é um espaço online e físico, acessível através do website da FNAJ ou na sua sede, na cidade do Porto, que tem como principais objetivos a:

- partilha de boas práticas associativas;
- produção de manuais de apoio ao associativismo;
- compilação de obras literárias e realização de estudos;
- capacitação e qualificação de jovens.

Entre as suas principais publicações estão a revista **"Radar Associativo"**, o **"Manual do Associativismo Juvenil para a aprendizes de jovens dirigentes associativos"**, o livro **"A fiscalidade das Associações Juvenis"**, o **"Manual para a Igualdade"** e a **"Agenda para a Inovação das Políticas Locais de Juventude"**, entre muitos outros documentos estratégicos para o setor.

YOUTH CLOUD

A Plataforma digital *Youth Cloud*, uma nuvem de informação e oportunidades para a juventude, está estruturada da seguinte forma:



Calendário único que compila todas as oportunidades das associações juvenis para a juventude.

Espaço de informação sobre o associativismo juvenil.

Compilação de todas as formações para jovens dirigentes associativos.

Divulgação de ações de voluntariado jovem.

Agenda de fóruns e seminários para o reforço do diálogo jovem.

Divulgação de oportunidades e atividades.

Consulta da rede associativa juvenil da FNAJ.

Notícias, documentos estratégicos e o impacto transformador dos projetos.

Estas ferramentas revolucionárias para a Juventude encerram inúmeras vantagens, tais como:

- Encontrar informação (documentos estratégicos, bibliografia, eventos e iniciativas, informações úteis, vídeos, oportunidades de voluntariado, formações e intercâmbios) que dê resposta às necessidades e interesses dos e das jovens de uma forma fácil, integrada e intuitiva, promovendo a sua capacitação e **empoderamento**;

- Acesso a um espaço digital privilegiado de ***networking*** para promoção e facilitação de uma interação entre as associações juvenis e para a criação de novas parcerias, fundamentais para a sustentabilidade e capacitação das ONG, numa verdadeira base de igualdade de oportunidades para todos e todas.

3.

COMO PROMOVER CONTEÚDOS ONLINE?

No meio associativo é fundamental rever conceitos de marketing digital, apresentando noções de design e criação de conteúdo, assim como de ferramentas do marketing digital - *website, newsletters*, redes sociais, entre outros canais.

Apostar num cenário onde a comunicação é preponderante, nomeadamente a comunicação digital e as redes sociais, é fundamental na valorização, reconhecimento e crescimento do associativismo jovem.

> **“ O DESAFIO DE COMUNICAR COM UMA GERAÇÃO NATIVA DIGITAL E DA ERA DA INFORMAÇÃO.**

DICAS DE MARKETING DIGITAL

- É uma das principais formas de comunicar de modo imediato e personalizado com o público, sendo o meio preferencial de comunicação entre os/as jovens;
- Através de ferramentas digitais, é possível promover a associação, um projeto, um produto ou serviço, ou pessoas;
- É importante dispor de uma boa rede de contactos;
- Existem infinitas plataformas e diversas estratégias para chegar ao público-alvo de forma rápida e eficaz. É tudo uma questão de criatividade.

> **“ Não é preciso inventar a roda! Ela já existe.**

FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO ONLINE

WEBSITE

Um espaço online onde se colocam todas as informações relativas à organização. O site institucional é considerado o “cartão de visita” da associação na internet. É fundamental que seja apelativo visualmente e que explique de forma clara a missão, os projetos e as estratégias de atuação da associação.

BLOGUE

Normalmente agregado ao *website*, um blog é um sítio web com formato de diário, usado para transmitir diversas temáticas e opiniões. Deve ser frequentemente atualizado com conteúdos relevantes, em formato escrito, vídeo ou infográfico, que se adequem à missão e forma de atuação da associação.

LANDING PAGE

É habitualmente criada para uma campanha promocional específica e consiste numa única página web para a qual o utilizador é direcionado após clicar num anúncio online. As páginas de aterragem são importantes na geração de *leads* e, normalmente, usam um formulário focado no *Call to Action*, com o objetivo de obter dados como nomes e endereços de email.

NEWSLETTER

Comunicação feita diretamente com os/as associados/as ou membros da associação, através do email. Deve ter sempre uma periodicidade pré-definida e uma linha editorial e visual consistente, com conteúdo útil, informativo e relevante para quem a recebe. Não deve ser muita extensa e deve ter em atenção, principalmente no design, pode ser aberta em dispositivos móveis.

REDES SOCIAIS

Plataformas com o objetivo de conectar pessoas e informações entre elas. São canais privilegiados para comunicar com o público-alvo da associação de forma rápida e eficaz:

Facebook
Cartão de visita da organização, numa vertente mais institucional. Vídeos, partilha de artigos de um blogue, partilha de *links* relevantes, criação de eventos, são alguns dos conteúdos mais adequados para esta rede;

Instagram
Diário gráfico da organização com partilha de imagens apelativas, numa vertente mais descontraída;

Twitter
Partilha de notícias relevantes, propostas, ideias e *links* de forma curta e direta;

Youtube
Página com a biblioteca de vídeos da organização. Geralmente usada para alojar os vídeos que depois são partilhados nas restantes redes sociais;

LinkedIn
Plataforma de interação no mundo profissional dedicada exclusivamente à interação para contactos profissionais e sobretudo para recrutamento;

Tik Tok
Aplicativo para criar e compartilhar vídeos curtos, normalmente de dobragens musicais, danças, clipes ou cenas de humor;

DICAS PARA CRIAR CONTEÚDOS VISUAIS EM REDES SOCIAIS

MENSAGEM

Começa por definir claramente a mensagem que queres passar, o objetivo e o público-alvo.

HARMONIA

Segue a mesma linha de comunicação em todos os conteúdos lançados sobre determinado projeto.

CORES

Usa um esquema de cores em harmonia com a mensagem e com toda a comunicação associada.

BOAS FOTOGRAFIAS

Aposta em boas fotografias, algo essencial no marketing digital.

FERRAMENTAS

Mesmo não sendo designer podes usar ferramentas online para criar boas imagens e vídeos, recorrendo a ferramentas como: Adobe Illustrator; Adobe Photoshop; Canva; Crello; Animoto; Animaker; CloudApp; BeFunky, entre outros.

4.

O ASSOCIATIVISMO E OS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A relação das associações juvenis com os órgãos de comunicação social locais e regionais é importante para aumentar o impacto da sua ação e os laços com a comunidade onde estas coletividades estão inseridas. Nesse sentido, é relevante o desenvolvimento de parcerias eficazes para uma maior cobertura mediática das inúmeras atividades associativas, bem como para a difusão de ideias e posições de acordo com as necessidades, objetivos e intenções das/dos jovens e das suas organizações.

“ FAZER COM QUE TODOS E TODAS VEJAM AQUILO QUE NÓS JÁ SABEMOS, O ENORME IMPACTO SOCIAL E O EFEITO MULTIPLICADOR DESTE MOVIMENTO JOVEM.

COMO COMUNICAR COM OS *MEDIA*?

Os órgãos de comunicação social são um meio privilegiado de contacto com o público. Uma entrevista na televisão ou uma entrevista/artigo de opinião num jornal de referência podem exercer um efeito considerável na divulgação e reconhecimento de um projeto associativo.

Normalmente os convites dos *media* são endereçados a pessoas que já tenham uma considerável projeção mediática, contudo também podem surgir espontaneamente. Quem está agora a começar o seu percurso associativo terá de ser paciente e persistente na sua abordagem aos meios de comunicação social.

COMO ABORDAR OS *MEDIA*?

Abordagem massificada
(foco na quantidade)

Quando o nosso objetivo é ter uma cobertura abrangente em diferentes meios de comunicação social, de forma a disseminar um evento ou anunciar uma nova campanha ou programa, envia-se um comunicado de imprensa que explica de forma curta e direta o tema em questão.

Abordagem cirúrgica
(foco na quantidade)

Quando o nosso objetivo é ter uma cobertura aprofundada que coloque o porta-voz da associação a comentar um tema relevante ou a anunciar uma novidade, envia-se uma sugestão de entrevista para um ou mais meios de comunicação previamente selecionados.

COMO ESCREVER UM COMUNICADO DE IMPRENSA?

Os órgãos de comunicação social são um meio privilegiado de contacto com o público. Uma entrevista na televisão ou uma entrevista/artigo de opinião num jornal de referência podem exercer um efeito considerável na divulgação e reconhecimento de um projeto associativo. Normalmente os convites dos *media* são endereçados a pessoas que já tenham uma considerável projeção mediática, contudo também podem surgir espontaneamente. Quem está agora a começar o seu percurso associativo terá de ser paciente e persistente na sua abordagem aos meios de comunicação social.

Preparação

- Pesquisar quais os meios de comunicação social existentes a nível local, regional e nacional.
- Após a seleção dos meios de comunicação social, averiguar se estes partilham notícias de carácter associativo e fazer um levantamento dos/as jornalistas que escrevem os artigos sobre o tema, recolhendo os seus contactos de e-mail e telefone.

Formato do comunicado

- A4, no máximo com 2 páginas;
- Logotipo da organização no cabeçalho;
- Título e subtítulo;
- Local e data;
- Corpo da notícia;
- Link para fotografias ilustrativas ou anexos relevantes;
- Links com informação secundária (caso aplicável);
- Informação geral sobre a organização de forma concisa;
- Contactos.

Conteúdo

- *Lead* (primeiro parágrafo): resumo curto do motivo do comunicado de imprensa que responda às seguintes questões: - O quê? - Quando? - Onde? - Quem? - Porquê? - Como?
- Utilizar uma escrita simples, com frases curtas e palavras objetivas;
- Se possível, partilhar citações relevantes dos responsáveis sobre o tema, de forma a conferir credibilidade;
- Não escrever na primeira pessoa, mas sim na terceira;
- Não usar estilo de escrita publicitário (evitar adjetivos).

Corpo de e-mail

- O assunto do email deve ser atrativo e eficaz, para se destacar na caixa de e-mail dos/as jornalistas;
- Colar o comunicado na íntegra no corpo de email, tendo cuidado com a formatação;
- Anexar o comunicado em PDF ao e-mail;
- No fim, demonstrar disponibilidade para mais declarações e esclarecimentos, com contactos diretos do/a responsável pela comunicação.

Envio

- Avaliar o momento de divulgação, nomeadamente verificar se não há outros eventos a decorrer aos quais a imprensa possa dar preferência;
- Evitar o envio à sexta-feira, ao fim de semana e à segunda-feira de manhã.

Após o envio

- Ficar totalmente disponível para prestar esclarecimentos aos/às jornalistas sobre a informação enviada;
- Fazer *follow-ups* aos emails enviados, se necessário;
- Monitorizar os resultados através de um *clipping* – recolha e compilação da informação publicada.

COMO PREPARAR UMA ENTREVISTA?

Conteúdo

- Treinar e focar em não mais do que três mensagens-chave, reforçando aquilo que se quer transmitir;
- Agir como se estivesse a ter uma boa conversa com outra pessoa;
- Responder de forma clara e concisa às questões;
- Nunca não responder a uma questão. Usar estratégias que permitam responder e voltar a partilhar a informação que se quer passar;
- Evitar dados negativos, desalento e referência a dificuldades;
- Nunca pedir para rever a entrevista;
- Não há *off the record*: tudo o que se disser ao entrevistador/a, antes e depois da entrevista, pode ser utilizado.

COMO DIVULGAR UM EVENTO?

1. Análise de público-alvo: Para quem é o evento?
2. Missão, estratégia e valores: Transmitir ao público o porquê da iniciativa e a sua importância;
3. Identidade visual, criação de uma linha de comunicação para a divulgação de todo o evento: Convites; cartazes, *flyers, banners;* imagens de divulgação nas plataformas digitais, entre outros aplicáveis;
4. Divulgação pelos associados através de *mailling list, website* e redes sociais;
5. Divulgação nos *media*;
6. Aposta na divulgação dos grandes destaques do evento, como oradores/as, músicos, humoristas, etc.;
7. Divulgação das principais conclusões.

CONCLUSÃO

A capacidade de produzir ideias, projetos, iniciativas e de mobilizar mais jovens, será tanto maior quanto formos capazes de comunicar eficazmente e de forma criativa com o nosso público-alvo.

Num mundo onde as ofertas de entretenimento para jovens são cada vez mais diversas, as associações têm que ser capazes de se reinventar e captar novos públicos para as causas do associativismo.

> **“NOS DIAS QUE CORREM, A COMUNICAÇÃO É INSEPARÁVEL DA AÇÃO DE QUALQUER ASSOCIAÇÃO JUVENIL.**

Por mais atividades meritórias e ações que possam ser feitas em prol das comunidades, se as mesmas não forem devidamente comunicadas é quase como se “nunca tivessem acontecido”, perdendo parte do seu potencial impacto e efeito multiplicador.

Assim, **através deste Plano de Comunicação, a FNAJ pretende dotar as associações juvenis e jovens de ferramentas que os/as possam auxiliar a melhor comunicar os seus projetos e aumentar, por consequência, o impacto e a valorização do associativismo juvenil na sociedade.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO FNAJ

PLANO DE COMUNICAÇÃO FNAJ

Federação
Nacional das
Associações
Juvenis

Federação Nacional das Associações Juvenis

www.fnaj.pt

geral@fnaj.pt

A tua imagem
A tua informação
A TUA FEDERAÇÃO