

pridea.
comunicação

EXERCÍCIO CRIATIVO
"Programa Novotec"

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

3.2.1.1 Raciocínio Básico

Os efeitos da pandemia do coronavírus agravaram os problemas sociais do Brasil, aprofundando ainda mais a pobreza e a desigualdade especialmente entre os jovens: os chamados "nem-nem", aqueles que não estudam nem trabalham, representam 29,33%¹ das pessoas de 15 a 29 anos que estavam desempregadas no segundo semestre de 2020, o maior percentual desde o início do estudo iniciado em 2012 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). A taxa de evasão escolar² foi de 8,4%, sendo que 17,4% não pretendem voltar este ano. E os jovens, em relação ao desemprego no Brasil de forma geral, são os que mais sofrem: na faixa de 18 a 24 anos, a taxa ficou em 31%³, mais do que o dobro da média nacional. Ou seja, além das dificuldades inerentes a esse grupo etário para entrar no mercado de trabalho, como a falta de experiência e a qualificação baixa ou incompleta, há um cenário de falta de trabalho e forte vulnerabilidade social intensificados pela maior crise sanitária do século.

Não surpreende o fato de o desemprego ser, hoje, o grande temor da juventude⁴. Considerando que essa é a maior geração de jovens da história brasileira, com 50 milhões⁵ de indivíduos - o equivalente a um quarto da população -, promover oportunidades de educação de qualidade, formação profissional, inclusão digital e acesso ao mundo do trabalho é urgente para a recuperação dessa geração e para garantir o desenvolvimento do País, aproveitando tamanha força de trabalho como motor para o crescimento. São desafios que demandam ações contínuas e de impacto por parte das autoridades e dos gestores públicos.

Para viabilizar o pleno desenvolvimento de jovens e garantir que realizem seus potenciais individuais e coletivos, iniciando-os no mundo do trabalho e oferecendo maior chance de mobilidade social, o **Governo do Estado de São Paulo** começou a implementar em 2021 o **Novo Ensino Médio**⁶, primeiramente para 450 mil alunos do 1º ano, até impactar todos os 900 mil estudantes da **rede estadual paulista de ensino** - e da qual o **Programa Novotec**⁷, da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE)**, se destaca como um dos pilares. A nova proposta aproxima o estudante das transformações da sociedade, permitindo ter todos os conhecimentos básicos e ainda escolher as áreas de maior interesse por meio do ensino técnico.

O **Novotec**, criado em março de 2019 em uma parceria das secretarias da Educação e de Desenvolvimento Econômico, por meio do Centro Paula Souza, oferece cursos técnicos e profissionalizantes

¹ Reportagem do "R7" sobre desemprego entre os jovens <https://bit.ly/3yBcfbz>

² Reportagem da "Revista Educação" sobre evasão escolar <https://bit.ly/3lQvnyw>

³ Reportagem do "G1" sobre taxa de desemprego <https://glo.bo/3lOWaeE>

⁴ Reportagem do "UOL" sobre temores dos jovens brasileiros <https://bit.ly/37w4yr1>

⁵ Levantamento do "Atlas das Juventudes" <https://bit.ly/3AxpB90>

⁶ Portal do Governo sobre o Novo Ensino Médio <https://bit.ly/2U4ZB5p>

⁷ Portal do Novotec <https://bit.ly/2VHbpM6>

gratuitos aos estudantes do Ensino Médio das escolas estaduais paulistas. Disponibilizados por instituições de referência, como as ETECs e FATECs do Centro Paula Souza, os cursos têm conteúdo conectado com as demandas do mercado de trabalho e são divididos em quatro modalidades. No **Novotec Integrado**, o curso técnico é ministrado junto com as aulas e disciplinas do Ensino Médio, durante os três anos desta etapa escolar, e ao final o aluno sai com diploma de técnico e certificado de conclusão do Ensino Médio. No **Novotec Expresso**, há mais de vinte opções de curso de qualificação profissional - temporariamente semipresenciais em virtude da pandemia -, com duração de 120 horas, realizadas em um semestre, e garantia de certificação. Há ainda o **Novotec Virtual**, modalidade online estruturada em módulos de até 100 horas, oferecidos por parceiros como a Universidade Virtual do Estado de São Paulo; e o **Novotec Móvel**, em que os cursos têm de 80 a 100 horas e são ministrados em unidades móveis (vans) para aumentar a capilaridade do programa junto às comunidades mais vulneráveis. As certificações são válidas no mercado de trabalho.

O **Programa** atende o jovem de ponta-a-ponta, da qualificação à estreia do mundo do trabalho. Por meio do **Novotec Estágio**, são oferecidos estágios remunerados em grandes empresas e instituições paulistas, como Ford, Scania, Hospital Nipo-Brasileiro e o Metrô de São Paulo, aos estudantes do sistema da **Rede Estadual de Ensino** que passaram pelas modalidades **Novotec Expresso** ou **Integrado**, além dos alunos do Centro Paula Souza. Importante mencionar ainda que o **Programa** atende adultos por meio do **EJATEC**, que conecta a Educação de Jovens e Adultos (EJA) com a educação profissional em ensino à distância.

A meta até 2022, segundo o Governador João Doria, é triplicar o acesso ao ensino técnico profissional, chegando a 180 mil vagas⁸ e posicionando São Paulo no patamar dos países mais desenvolvidos. Um dos modelos do Governo paulista é a Alemanha⁹, onde mais de 30% dos jovens cursam a modalidade "dual", em que o aluno do ensino médio concilia aprendizado generalista com o técnico. Ao final do período, mais da metade dos alunos alemães opta pelas escolas profissionalizantes em vez das universidades, cultura que, além de proporcionar mais oportunidades e maior sintonia entre os jovens e as demandas do mercado de trabalho, vem sustentando o sucesso econômico das empresas alemãs. Esse tipo de ensino impulsiona ainda o empreendedorismo e pode despertar melhores desempenhos acadêmicos, como aponta um estudo¹⁰ feito junto a estudantes no Kentucky, nos Estados Unidos: os que cursaram o *dual* se saíram melhor do que os que completaram o ensino tradicional generalista.

O programa atende a todos os preceitos de direito à educação, formação profissional e acesso ao ensino superior para os que assim desejam, segundo depoimento de Gustavo Heidrich, coordenador das

⁸ Release do Governo do Estado sobre Novotec <https://bit.ly/3ixjw6q>

⁹ Reportagem da "BBC" sobre ensino alemão <https://bbc.in/2XgoNHu>

¹⁰ Reportagem do "The Times Tribune" sobre estudo no Kentucky <https://bit.ly/3yCXsx0>

iniciativas de empregabilidade jovem da Unicef Brasil, organização parceira do Novotec, durante evento para o anúncio de novas vagas do programa¹¹. Entre 2019 e 2020, a **iniciativa** qualificou mais de 17 mil estudantes e proporcionou a maior expansão do ensino técnico no **Estado**, com abertura de quase 38 mil vagas da modalidade **Novotec Expresso** e investimentos de R\$ 32 milhões¹².

Reforçar e ampliar o entendimento dos jovens, dos cidadãos, da mídia e dos variados segmentos da sociedade quanto ao papel fundamental do **Governo do Estado de São Paulo**, por meio do **Novotec**, para a educação e inclusão da juventude no trabalho, fomentando o desenvolvimento sustentável e reduzindo desemprego e desigualdade, são ações que devem partir de um planejamento de comunicação minucioso.

De acordo com análise qualitativa de mídia (*media audit*), realizada pela **Pridea Comunicação** para esta concorrência, que fez entrevistas junto à imprensa local e nacional, apesar de o **Programa** ser bem-visto pelos jornalistas - todos se mostraram interessados em repercutir notícias sobre inscrições para cursos técnicos e profissionalizantes e especialmente no contexto do **Novo Ensino Médio** -, há questionamentos quanto a aspectos tanto operacionais quanto conceituais. “Temo que os cursos que dependam de acesso a um computador e à internet de novo não cheguem aos jovens mais vulneráveis”, disse uma produtora da Globonews. “Tem que avaliar se esses jovens vão ser bem-instruídos e acompanhados, e não acabar aprendendo pouco, servindo como mão-de-obra barata”, salientou uma editora do portal da “IstoÉ”.

Para a **Pridea**, comunicação é a base para o melhor entendimento dos cidadãos sobre as ações de governo e o impacto que elas têm na vida de todos. Mais: é uma ferramenta potente de prestação de contas e de serviço junto à sociedade. Por isso, a divulgação do **Novotec** cumpre o importante papel de ampliar o entendimento das pessoas sobre o programa e suas oportunidades, potencializando assim o número de inscritos e interessados na modalidade. E o sucesso desta ação guia-se, necessariamente, pelo bom entendimento de jornalistas, formadores de opinião e influenciadores que tratarão do assunto.

Para trazer maior visibilidade ao programa, às suas aplicações práticas e seu impacto na vida dos jovens e de todos, nossa equipe estruturou um **Plano de Ação**, estabelecido em premissas e pilares descritos a seguir, em que o papel fundamental do **Novotec** se torna mais claro e evidente. O **Plano** deve colocar em prática uma ampla divulgação, em diferentes plataformas, das políticas públicas em prol da educação, qualificação profissional e inserção dos jovens no mercado de trabalho, incentivando assim o engajamento da sociedade e o reconhecimento do trabalho visionário do **Governo do Estado** em sintonia com o que de melhor tem sido implementado no segmento ao redor do mundo.

3.2.1.2. Plano de Ação

¹¹ Anúncio do Novotec Expresso na conta do Programa no Youtube bit.ly/3Cu7nax

¹² Release do Governo. Sobre vagas do Novotec bit.ly/2VAoW8k

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

O desenvolvimento de uma estratégia de sucesso na comunicação com jovens, tanto por meio dos canais diretos com esse público quanto pela mídia e influenciadores, deve responder a algumas perguntas, tais como: “quem eles são?” e “o que querem e esperam do governo?”, considerando sempre as especificidades regionais, culturais e sócio-econômicas dos grupos atendidos.

É preciso reconhecer os esforços já empreendidos pela equipe de comunicação. Porém, a Pridea acredita que é possível explorar ainda mais o potencial, junto à imprensa, das ações do **Novotec** para beneficiar a juventude e reduzir a desigualdade social - metas que vão ao encontro dos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)** da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU)¹³, tão importantes para o **Estado de São Paulo**, signatário indireto do documento. Nesse contexto, são altas as probabilidades de mídia e estímulo ao debate, pela sociedade, de um programa inovador como o **Novotec**, que tem em suas raízes experiências bem-sucedidas internacionalmente. Notícias relativas a mudanças no ensino e oferta de cursos têm sido destacadas tanto em veículos regionais e segmentados quanto na grande mídia, a exemplo do portal “G1”¹⁴, da revista “Veja”¹⁵ e da quase totalidade das matérias examinadas em nossa Análise de Mídia, detalhada adiante.

Durante o processo de divulgação, é preciso destacar trunfos mas também atentar para pontos de fragilidade. Observamos, por exemplo, que nas contas do programa em redes sociais como o Facebook¹⁶ e o Instagram¹⁷, houve bastante interesse dos jovens pelos cursos nos comentários, mas também muitas reclamações sobre dificuldades para concluir as inscrições ou acessar os conteúdos. Além dos problemas operacionais, alguns setores da sociedade, particularmente educadores e cientistas sociais, questionam os fundamentos da integração do **Novotec** ao **Novo Ensino Médio** por temerem perda de qualidade de ensino.

O fluxo de informações a que todos são expostos diariamente e a velocidade com que se propagam tornam vital uma postura atenta, proativa e veloz, seja para corrigir informações equivocadas ou falsas, seja para aproveitar os assuntos do momento e gerar conteúdo de relevância, especialmente no meio online. De acordo com a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OECD)¹⁸, entidade internacional de fomento à igualdade entre os povos, dentre as maiores preocupações mundiais dos jovens estão, em consonância com a tendência brasileira, justamente a educação, o treinamento e a inclusão social,

¹³ Agenda 2030 da ONU <https://bit.ly/3h1MB9u>

¹⁴ Reportagem do “G1” sobre o Novo Ensino Médio <https://glo.bo/37wk6uV>

¹⁵ Reportagem da “Veja” sobre ensino técnico <https://bit.ly/3jJ2XUE>

¹⁶ Conta do Novotec no Facebook <https://bit.ly/3s7J0dG>

¹⁷ Conta do Novotec no Instagram <https://bit.ly/3xHkYI0>

¹⁸ Site da OECD <https://bit.ly/2VGvDW3>

e as plataformas preferidas pelas juventudes para discutir tais temas são as comunidades online, a exemplo das redes sociais e dos fóruns. “Essas plataformas estão moldando o senso de identidade e o propósito desse público como nunca antes”, diz a organização, segundo a qual 95% dos indivíduos entre 16 e 24 anos dos países pesquisados são usuários ativos de internet.

Contando com profissionais experientes em atendimento a contas do setor público e, ao mesmo tempo, com um time antenado aos novos tempos, como especialistas em redes sociais, jornalistas de dados e infografistas, a **Pridea** se preocupa em atender as novas demandas em comunicação e sugere explorar ainda mais as plataformas de divulgação online e os bancos de conhecimento para criar novas frentes, reforçando a imagem do **Novotec** como protagonista em ações que determinam os rumos de gerações inteiras.

Como se trata de um programa ainda recente, com implementações por fazer e desdobramentos diversos, é importante que o **Plano de Ação** não só compile dados para levantar evidências e resultados em materiais interessantes visualmente, mas também acompanhe jovens qualificados graças ao **Novotec** – quantos voltaram a estudar depois de abandonarem temporariamente os estudos; como e com o quê estão trabalhando; de que maneira suas vidas e as de suas famílias mudaram depois do programa etc. Constrói-se, assim, um *portfólio* rico em cases e histórias de superação.

Essas peças podem demonstrar os bastidores dos cursos e a aplicação prática das habilidades adquiridas pelos alunos e em como vão gerar contribuições para a sociedade. O material será acompanhado por análises e perspectivas exploradas em diferentes formatos e linguagens, acessíveis para variados agentes da sociedade, além de imprensa e formadores de opinião, com o objetivo de mostrar os direitos das juventudes sendo garantidos no contexto paulista e o papel fundamental do **Governo do Estado**, por meio do **Novotec**, no fortalecimento do jovem como protagonista para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Reforçar a divulgação do **Novotec** possibilita também o reconhecimento do trabalho e do esforço dos profissionais que ali atuam. A partir da pesquisa que envolveu análises quantitativas e qualitativas, a **Pridea** se baseará em cinco pilares estratégicos para o desenvolvimento de seu **Plano de Ação** junto à comunidade, à imprensa e aos formadores de opinião. São eles:

- Comunicar o impacto do ensino técnico profissionalizante, em suas diferentes modalidades, na construção de um novo futuro, levando em conta uma audiência variada – estudantes, educadores, empresários, jornalistas -, e combatendo eventuais críticas. Serão trabalhados, continuamente, por meio de fatos e cases, os benefícios desse modelo de ensino, como maior adequação e agilidade de ingresso a um mercado de trabalho em constante mudança; maior autonomia e possibilidade de escolha pelos alunos etc;

- Divulgar o **Novotec** como um **Programa** comprometido com a redução de problemas sociais do Brasil, como o desemprego, a pobreza e a desigualdade social, alinhado com as metas globais de

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91

Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

desenvolvimento sustentável, em um contexto de gestão que busca ser inovadora, inclusiva e democrática, sempre aberta ao diálogo;

- Trabalhar as mensagens, tanto em eventos presenciais como online, com base em uma linguagem simples, clara e direta, sem “cara de *release*”, enfatizando textos curtos, infográficos e vídeos; e utilizando recursos que confirmam dinamismo e identificação nos jovens, como músicas, imagens e colagens. O objetivo é incentivar, na imprensa, pautas mais criativas, e, nos canais diretos, uma comunicação de mão-dupla, que incentive o engajamento e a participação da juventude e respondendo ativamente suas ideias, dúvidas e críticas para estabelecer uma conexão de confiança e ter mais oportunidades positivas de mídia.

- Priorizar a transparência, junto aos veículos de imprensa e formadores de opinião e nos múltiplos canais diretos com os cidadãos, na divulgação dos dados referentes aos resultados do **Programa**, com estatísticas e comparativos sobre indicadores importantes como evasão e adesão escolar, performance acadêmica, empregabilidade, contrapondo passado, presente e perspectivas para o futuro;

- Trabalhar pautas em parceria com as equipes de comunicação da Secretaria da Educação, Centro Paula Souza, empresas e universidades, além de organizações da sociedade civil nacionais e internacionais que tenham atuação correlata à inclusão dos jovens no mercado de trabalho e formadores de opinião com trânsito junto a esse público.

Para a execução do **Plano**, a **Pridea** estabeleceu premissas e determinou ações detalhadas a seguir.

- “Geração Tudo”: combater, com os objetivos e resultados do **Programa**, o fator “nem-nem”, fenômeno dos jovens que nem estudam nem trabalham. Isso será feito com materiais que evidenciem os fatos e também com a ampliação do banco de personagens, de professores e instrutores a especialistas em educação; e especialmente alunos de diversas etnias, crenças, gêneros e contextos socioeconômicos. É importante que as histórias dessas pessoas com os cursos do **Novotec** comprovem os benefícios do ensino técnico e da mudança de rota no Ensino Médio rumo a uma maior autonomia, empoderamento e acesso ao trabalho pelos jovens, sem comprometer a qualidade do ensino generalista nem o acesso à universidade. Dessa forma, serão oferecidos para os veículos de imprensa, além dos conteúdos convencionais de divulgação, personagens que poderão compor e humanizar as notícias.

- “Fazendo Conta”: colher dados sobre o perfil dos alunos e os resultados das diferentes modalidades do **Novotec** e extrair deles informações analíticas que permitam técnicas de *storytelling* e visualização criativa de estatísticas. O levantamento permite criar pautas de forma inovadora, como infográficos com apelo visual e alto nível de segmentação, podendo ser personalizados para veículos regionais; por mídia especializada em negócios, educação e comportamento; e para coberturas de maior escopo. A divulgação

amparada nesses moldes favorece a transparência e abrange as especificidades de cada caso e público a receber as informações.

- “Vozes do Novotec”: mapear os principais gestores e profissionais que atuam no Novotec para criar um documento com os principais nomes a serem disponibilizados à imprensa e para assessorá-los em participações de eventos. A prática evidencia o bom preparo e a competência dos profissionais do **Programa** e da **SDE**, ampliando sua legitimidade junto aos cidadãos.

A **Pridea** sugere ainda algumas ações dentro do tema “**Programa Novotec**” com a finalidade de ajudar o órgão a se comunicar mais efetivamente:

- Mapeamento de canais de comunicação: a prática inclui os canais oficiais do **Governo**, da **SDE** e do **Novotec** e garante, com base nos objetivos já detalhados, uma comunicação mais assertiva junto aos públicos-alvo das iniciativas. A construção de um estreito relacionamento com a mídia permitirá que as ações sejam mais bem assimiladas pela sociedade e ampliará o diálogo com diversos públicos. Em parceria com a equipe do **Governo**, a **Pridea** dará subsídios aos profissionais da comunicação digital na produção de conteúdo para outras plataformas, garantindo uma conversa ativa com os usuários e funcionários da entidade.

- Planejamento estratégico e definição das principais mensagens: os conteúdos trabalhados com esses públicos serão sugeridos pela **Pridea** e alinhados com a **Secretaria**; o time do **Novotec**; o Centro Paula Souza e os demais parceiros, tanto públicos quanto privados; institutos de ensino e pesquisa; empresariado; e representantes da sociedade civil. O objetivo é garantir a unidade dos discursos dos porta-vozes e materiais divulgados para a imprensa.

- Gerenciamento e prevenção de crises: é importante que a pasta, por meio do **Programa**, se prepare para lidar com problemas operacionais e conceituais, disponibilizando respostas rápidas e informando a população sobre as providências tomadas pelo poder público. Para lidar com esses episódios e mitigar seus efeitos negativos, a **Pridea** criará um documento com pontos de vulnerabilidade e eventuais crises que possam ocorrer a partir deles na imprensa, na mídia ou nas redes sociais. O material será submetido à avaliação da Secretaria Especial de Comunicação (Secom) e atualizado mensalmente, ou mediante novos pontos sensíveis e fatos de mídia que envolvam o órgão e sua reputação.

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

Com base nas premissas e metodologias descritas acima, a **Pridea** implantará ações focadas no relacionamento com o público jovem, veículos de imprensa e formadores de opinião. O objetivo é informar a população e grupos específicos, além de mostrar caminhos que levam ao treinamento e educação de jovens,

à inclusão no trabalho e à redução da desigualdade, com benefícios para a sociedade e a economia e tendo o **Novotec** como referência.

O Programa será enfatizado como ferramenta de diálogo com o mundo e conectado com as melhores práticas globais, por meio de uma estratégia de divulgação segundo a qual a assessoria de imprensa atuará proativamente. O cronograma englobará, a curto prazo, ações tradicionais, como coletivas de imprensa, postagens e envio de releases, até, a médio e longo prazos, novas abordagens visando diferentes públicos, a seguir:

- “Portal Turbinado”: ampliar as frentes de produção de conteúdo do portal **Novotec**, tendo sempre em vista apresentações dinâmicas, interfaces facilitadas com as redes sociais e uma comunicação de mão-dupla em que o Governo, para além dos anúncios oficiais, interaja com os usuários e propicie o desenvolvimento de pautas a partir do conteúdo postado e do engajamento do público jovem. A ideia é que nossa equipe desenvolva este conteúdo com ressonância e contínuo monitoramento em redes sociais. Um exemplo de iniciativa centrada no jovem é o projeto canadense “Youth Action”¹⁹, cujo conceito é oferecer à juventude um ambiente inovador e com oportunidades para os mais jovens explorarem seus interesses e gostos. O projeto tem presença tanto física quanto online, em eventos, no portal e em contas oficiais em redes como o Facebook²⁰, e sua equipe de comunicação idealiza os assuntos para que sejam inspiradores e amplamente compartilhados, com testemunhos curtos em vídeos e gráficos interativos. Tendo este projeto como uma das referências, sugerimos reforçar, por exemplo, a produção de histórias de superação e busca por autonomia de jovens de diferentes perfis que experimentam uma transição de vida por meio dos cursos do **Novotec**, o que deve não só causar identificação no cidadão jovem como também propiciar um material importante para os jornalistas. Propomos uma interface dinâmica e intuitiva que remeta ao design do Instagram, centrada fundamentalmente em imagens, como a da Fundação Formare²¹, organização brasileira voltada para o ensino profissionalizante que faz bom uso dessa estética.

- “Tudo aqui”: conteúdo multiplataforma para divulgação de serviços para os jovens, com informações sobre os cursos, esclarecimento de dúvidas sobre temas diversos como inscrições e aulas, além de ferramentas lúdicas que aumentem compartilhamentos e o engajamento em geral, como testes vocacionais, a exemplo do que faz a equipe do portal do governo da Bolívia²² voltado para a formação técnica de estudantes daquele País.

¹⁹ Projeto canadense Youth Action bit.ly/37wp7DL

²⁰ Conta no Facebook do projeto canadense bit.ly/3Axt1ZM

²¹ Site da Fundação Formare bit.ly/3xvw5n6

²² Portal do governo boliviano bit.ly/2VF0Aty

- “Bastidores”: ação imersiva que visa explicar em detalhes aos profissionais de redação cada um dos cursos do **Novotec**, divididos pelas quatro modalidades do **Programa**. A sugestão é propiciar uma aproximação aos moldes de “experiência do cliente”, voltada para a figura do jornalista/ influenciador, focando não apenas em informações institucionais, currículo e demandas do mercado de trabalho, mas em facilitar o acesso da imprensa aos bastidores do **Programa**. Por meio de encontros com estudantes, professores e empregadores, a ideia é emocionar, despertar a curiosidade e boas pautas. Podemos propor, por exemplo, o mergulho no trabalho de um técnico em Serviços Jurídicos, um dos cursos do **Novotec**: como é a preparação para esse trabalho? Quais são os serviços de suporte a escritórios? Como funcionam os cartórios? Como interpretar processos? Quais são os principais desafios de gente que trabalha na área?

- “Parceiros pelo sucesso”: conteúdo voltado primordialmente para a imprensa, tanto em formato de release e posts quanto para coletivas e pautas exclusivas, coordenado com as equipes de comunicação de órgãos parceiros, para detalhar, na prática, de que forma os alunos do **Novotec** obtêm benefícios de frentes importantes do **Programa**, como da Microsoft, que oferece treinamento em inteligência artificial; da Digital Innovation One, que realiza *bootcamps* de desenvolvimento de *software*; e da EF Education First, escola internacional de idiomas que tem cursos de inglês voltados especificamente para o mercado de trabalho.

- “Além da técnica”: demonstrar, por meio de entrevistas e cases trabalhados junto a propagadores de opinião, que o ensino técnico envolve, também, a aprendizagem das chamadas *soft skills* tão valorizadas pelo mundo do trabalho. São as habilidades não-técnicas, sócio-emocionais, que envolvem a resolução de problemas, o pensamento crítico e outras competências que promovem resiliência e adaptabilidade dos jovens em um horizonte de longo prazo. O tema insere o **Programa** em pautas fundamentalmente positivas e tem apelo tanto em editorias factuais quanto em mídia especializada em recursos humanos, negócios e educação, dentre outras.

- “Palavrório”: conteúdo com viés bem-humorado calcado na ideia de apresentar um “glossário dos termos técnicos e jargões das áreas contempladas pelos cursos”, gerando engajamento, memes e compartilhamento entre os jovens, além de pautas comportamentais, sempre de forma cuidadosa e com o objetivo de promover os cursos como a porta de entrada para o mundo adulto.

- “Técnico ou Generalista?”: formatação de conteúdo, tanto para o portal quanto para as redes sociais, eventos e encaminhamento de pautas, que tenham como cerne a comparação de indicadores e estatísticas dos ensinos técnico e generalista, por meio de infográficos e outras técnicas de visualização criativa de dados. Isso permite simulações interessantes e aferir o impacto do ensino técnico no **Estado**: podemos comparar, por exemplo, taxas de evasão escolar; de performances acadêmicas, ou de empregabilidade de jovens entre um modelo de ensino e outro, ou ainda de uma cidade com os de suas vizinhas, tornando mais fácil

demonstrar a eficácia das ações do **Governo** à medida em que o **Novotec** for ganhando espaço e servindo como fonte da mídia para pautas. Nos inspiramos nos formatos interativos de infográficos da premiada *storyteller* italiana Federica Fraganane²³, com alto apelo visual e nível de segmentação.

- "*Hackatons* do **Novotec**": formatação de conteúdo, cobertura e divulgação para a imprensa de campeonatos presenciais ou *online*, com alto apelo junto à comunidade jovem e à mídia, envolvendo estudantes, desenvolvedores e empreendedores para a construção de projetos inovadores, que correspondam a demandas do mercado de trabalho e também de cunho social - por exemplo, aplicativos de serviços para melhorar comunidades. Iniciativas públicas como o "Canadian Open Data Experience" (CODE)²⁴ ilustram bem essa intenção: idealizado pelo governo federal do Canadá, o *hackathon* teve ampla divulgação e repercussão na imprensa. Ao encorajar os departamentos de Estado a contribuírem com bancos de dados para os projetos tocados pelos participantes, o projeto acabou atraindo competidores de todo o País e munindo as equipes de comunicação para a produção de múltiplas pautas. Eventos do tipo são uma oportunidade para jovens e governos, já que demonstrar como os alunos estão aptos a desenvolver excelentes projetos por meio do conhecimento e das habilidades adquiridas nos cursos técnicos, caso do **Novotec**, situam esses programas em uma grande vitrine mundial, com potencial de mídia positiva.

- "*Podcast Oferta e Demanda*": conteúdo e repercussão de *podcast* sobre mercado de trabalho junto aos jornalistas. A ideia é demonstrar que o caminho do ensino profissionalizante é uma alternativa digna e amparada em tendências internacionais. Podemos entrevistar o recrutador, ou mesmo principal executivo, de uma grande empresa, para que explique por que fazer um curso técnico hoje pode ser tanto uma etapa inicial, uma oportunidade de o jovem sentir como é a atividade escolhida na prática antes de investir em um curso superior relacionado; como também pode ser um caminho mais sólido, rumo a funções que fazem mais sentido com os gostos e aptidões do jovem e cujos salários são compatíveis ou até mesmo mais altos que aqueles destinados aos cargos que exigem uma formação universitária.

- "*Think Tanks Para Todos*": realização de eventos presenciais, como conselhos, debates e rodas de conversa (quando o momento sanitário permitir), entre jovens e profissionais do mercado e com mediadores da área da educação, com participação da imprensa, para discutir assuntos caros às novas gerações, com especial atenção ao ensino técnico e à inclusão de minorias. A ideia é exercitar a discussão franca e democrática de ideias, situando a Secretaria como um órgão transparente e acessível e cujas ações resultam

²³ Instagram da artista visual Federica Pagane
bit.ly/3xgdrQP

²⁴ Site do CODE bit.ly/37ue1PG

de planejamento e consulta popular. A formatação de conteúdo para esses debates segue uma tendência global de novos formatos de difusão do conhecimento e cria múltiplas possibilidades de repercussão.

- *Lives e webinars*: divulgar a realização online de debates técnicos que interessam a alunos de cursos específicos, como as últimas novidades do setor, mudanças de grade etc.

- Regionalização e segmentação dos conteúdos: para atuar de forma assertiva junto a diversos públicos, a **Pridea** produzirá *releases*, notas e conteúdos regionalizados, divididos por temas relacionados às áreas de atuação dos cursos do **Novotec**. Por meio do levantamento de informações com gestores da entidade, a **Agência** utilizará dados para impactar os veículos de imprensa regionais e da mídia especializada.

- Núcleo de rádio: núcleo na equipe de comunicação para falar com as rádios de todo o **Estado**. Serão oferecidas entrevistas com porta-vozes, além de notas e levantamentos exclusivos.

- Pesquisa de percepção de mídia (*media audit*): a **Pridea** desenvolverá um questionário para avaliar, periodicamente, a percepção e o entendimento dos jornalistas sobre as políticas desenvolvidas pelo **Novotec** e pela **SDE** para aferir suas opiniões sobre o atendimento da assessoria de imprensa do órgão. O objetivo é ouvir os principais repórteres e profissionais, dos mais importantes sites e veículos de imprensa, identificando melhorias no suporte à produção de conteúdo. O questionário será aplicado pela própria **Pridea** a partir de uma ferramenta utilizada rotineiramente em seus projetos.

- Reunião de pauta semanal: é fundamental contar com uma assessoria de imprensa proativa, que sugere pautas e não apenas age conforme as demandas chegam. Serão propostas pautas sobre todos os assuntos dentro do escopo de atuação da pasta e do **Novotec**, sempre com o objetivo de estabelecer diálogo constante com a sociedade. Os assessores discutirão assuntos levantados com as áreas internas da pasta ao longo da semana e possíveis encaminhamentos a veículos e editorias específicas.

- Encontros com jornalistas: acreditamos ser de suma importância promover conversas informais de gestores e técnicos com profissionais da imprensa nas redações ou em localidades de atuação da pasta, por meio do programa, para aproximação e esclarecimento de dúvidas institucionais e sobre políticas públicas.

A **Secretaria** tem profissionais e especialistas renomados e qualificados: dar voz a eles é valorizar o trabalho desenvolvido por todos e reforçar o valor desse capital conquistado pelo governo.

A **Pridea** atuará junto à mídia propondo que estes porta-vozes, com ênfase para os da **SDE** e do **Novotec**, segundo proposto por este edital, se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação. Para tanto, sugerimos:

- *Media Training* e capacitação de porta-vozes: a **Pridea**, em conjunto com a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, identificará os gestores e especialistas mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes. A prática prepara os

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91

Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

gestores para se posicionarem melhor em entrevistas, tanto individuais quanto coletivas. A capacitação inclui etapas teóricas e práticas e disponibiliza materiais de apoio.

- Agência de Notícias: abastecimento diário das novidades envolvendo o órgão. O conteúdo, produzido pelos profissionais da **Pridea**, poderá ser adaptado a diferentes plataformas.

- Canal no *Youtube*: divulgação dos vídeos produzidos para a SDE, que serão utilizados em estratégias de comunicação.

- Monitoramento e Avaliação: todos os dias, a **Pridea** acompanhará a repercussão das ações e da imagem da pasta nos veículos de comunicação para avaliar como está sendo retratada e corrigir eventuais equívocos ou problemas que podem surgir. Serão produzidos relatórios para subsidiar a **Secom** e todos os gestores do órgão.

- Torpedo-Imprensa: serviço criado pela **Pridea** para manter gestores e assessores de imprensa atualizados sobre veiculações na imprensa. Assim que uma reportagem envolvendo a SDE, o **Novotec** ou outro programa relacionado for veiculada em TV, rádio ou site, uma mensagem será enviada por celular para nossa equipe. Todos os assuntos relacionados ao órgão serão monitorados. Caso aconteça algum problema, como a publicação de uma crítica ou informação equivocada, os gestores poderão agir rapidamente.

c) Materiais a serem produzidos

- *Releases*: envio diário para imprensa regional, estadual e nacional para informar os veículos de mídia sobre ações, projetos e novidades envolvendo a secretaria;

- *Papers* para alinhamento de discursos: o material será compartilhado com a equipe da **Secom**, com a superintendência da SDE e do **Novotec** e com diretores de entidades parceiras para que as informações repassadas envolvendo o governo estejam alinhadas;

- Formatação de conteúdo opinativo: artigos de opinião assinados pela Secretária e por demais técnicos e especialistas designados pelo **Secom**; cartas para jornais e conteúdo para apresentações, *lives* e demais participações em plataformas que valorizem pontos de vista relacionados ao escopo de ações e cotidiano da **Secretaria**.

- Notas: busca por espaços estratégicos em jornais e revistas com dados relevantes da pasta, ações, pesquisas, estatísticas ou novidades que serão implantadas.

- *Newsletter* mensal para funcionários: a prática desperta o sentimento de pertencimento e amplia o engajamento dos profissionais das diversas estruturas da **Secretaria** e do **Novotec**.

- *WhatsApp* Imprensa: envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem educação e temas relacionados a economia, carreiras, direitos humanos, sustentabilidade etc. A **Pridea** realizará o envio por meio de ferramenta própria.

- Guia de Perguntas e Respostas: o material será compartilhado com os principais porta-vozes da **SDE** e com a equipe do **Sicom** para alinhar discursos.

- Manual de Crise: o material reunirá informações e orientações para eventuais situações de crise na imprensa envolvendo a pasta. O conteúdo, importante em casos emergenciais, será para os gestores do órgão.

- Banco de Dados: a **Pridea** organizará um banco de informações com todas as ações da **Secretaria** em andamento, e também estatísticas relacionadas à conjuntura dos jovens das regiões atendidas, para apoiar tanto o atendimento das demandas de imprensa quanto a produção de conteúdo para plataformas e informes.

- Banco de Personagens: reunirá informações para divulgação de cases de boas práticas de empresas e de superação de cidadãos, com ênfase para a juventude, ampliando a visibilidade da entidade.

- Informativos: *papers* para informar a equipe da **Secom** sobre as ações em andamento e novidades a serem divulgadas. O informativo poderá servir de suporte para entrevistas de porta-vozes do governo

- Colaboração nos conteúdos de sites e redes sociais: produção e curadoria para subsidiar as equipes responsáveis pela comunicação digital. O conteúdo poderá ser todo produzido pela **Pridea**.

- Planejamento quinzenal: a **Pridea** produzirá material com a estratégia desenvolvida para o período, bem como com as principais matérias publicadas, a serem enviadas à **Secom**.

- Relatórios diários e mensais de análise de mídia: medem como a imprensa tem tratado programas e políticas públicas da **SDE**. Diariamente, será enviado um resumo de todo o trabalho realizado no dia, com atendimentos, respostas dadas e eventuais publicações que poderão ocorrer no dia seguinte.

- *Clipping* de notícias: enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas. Conterá com análise do desempenho da **Secretaria** e das políticas públicas para educação e qualificação profissional de jovens e terá indicações e sugestões de posicionamento sobre matérias que foram publicadas. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

3.2.1.3. Oportunidades de mídia positiva

1) Imagem do Governo como promotor dos direitos da população jovem, atento às demandas da nova geração e alinhado com as melhores práticas de ensino mundiais e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU

Os jovens, especialmente os indivíduos inseridos em contextos socioeconômicos mais vulneráveis, são os que mais sofrem com o desemprego no País, agravado pela pandemia da Covid-19, e os que mais estão preocupados com sua qualificação e inserção em um mercado de trabalho em constante transformação, que exclui aqueles que não estão bem-preparados.

Segundo a Secretaria da Educação²⁵, mais de 376 mil estudantes do primeiro ano do ensino médio - 89% do total potencial de respondentes - da rede pública estadual manifestaram interesse no aprofundamento do currículo do **Novo Ensino Médio**.

Nesse contexto, o **Governo do Estado**, por meio do **Novotec**, visa a atender as lacunas de uma geração e imprime, em nível local mas também nacional e global, sua marca de eficiência e promoção do desenvolvimento sustentável ao proporcionar o aumento recorde da oferta de vagas para os cursos técnicos. Pela primeira vez na história não só de São Paulo, mas do País, os alunos vão poder definir a trajetória deles nesta etapa crucial dos estudos, aumentando as chances de empregabilidade e fomentando o empreendedorismo.

Tendo em vista a divulgação das iniciativas da Pasta e do posicionamento engajado e articulado do **Estado**, que tem trânsito nas principais discussões mundiais e participa como signatário indireto da Agenda 2030 da ONU, ganha força o **Plano de Ação** proposto pela **Pridea**, com potencial para gerar pautas e inúmeras oportunidades de repercussão junto à imprensa, grande ou regionalizada; aos influenciadores; e aos cidadãos em geral.

2) Imagem do Novotec como possível agente para a queda na evasão escolar e incremento na qualidade no ensino

O **Programa** de ensino técnico e profissionalizante, ao atender as demandas dos jovens por uma educação mais orientada ao mundo do trabalho, não só renova o interesse dos alunos já matriculados na **Rede Pública**, motivando-os, como pode resgatar uma parte daqueles que abandonaram a escola.

²⁵ Release da Secretaria da Educação bit.ly/2VGHZh7

Com claro apelo social, a oferta de novas vagas; os anúncios relativos a prazos para inscrições; e outras novidades envolvendo os cursos e o escopo do **Novotec**, já têm alcançado repercussão positiva na mídia, a exemplo de uma chamada ao vivo sobre o **Programa** no “SPTV- 2ª Edição”²⁶, da TV Globo - e devem seguir conquistando espaço na mídia, de acordo com a opinião dos jornalistas consultados em nosso *Media Audit* para essa concorrência.

Outro ponto que pode gerar boas oportunidades são as comparações de desempenho dos alunos nos ensinos tradicional e técnico, considerando pesquisas que demonstrem uma melhor performance acadêmica dos jovens que aderiram ao segundo modelo, além de outros desdobramentos positivos dessa modalidade de aprendizagem no **Estado**. Tantas melhorias têm o potencial de render pautas e reportagens favoráveis à Pasta em diversos subtemas relacionados à educação, fazendo chegar aos cidadãos que os anúncios do Estado estão sendo implementados na prática e impactando positivamente a vida de todos.

3) Gestão do Governo do Estado como contraponto positivo à política federal de desmonte a programas similares de qualificação e trabalho para jovens e desestímulo ao ensino superior

Recentemente, em agosto de 2021, foi destaque na grande imprensa, a exemplo de uma matéria do “Jornal Nacional”, da TV Globo²⁷, um projeto do governo federal que retira direitos de quem participa do programa Jovem Aprendiz.

Em vigor desde 2000, este programa determina que empresas grandes e médias reservem parte das suas vagas para jovens entre 14 e 24 anos, ou seja, que muitas vezes ainda estão cursando o Ensino Médio e são inexperientes. Com a medida proposta, acaba o vínculo empregatício desses jovens com as empresas, e para os que ficam, serão extintos direitos trabalhistas e benefícios, como vale-transporte. A carga horária reservada para o aprendiz seria reduzida de 400 para 180 horas por ano.

Além da abordagem equivocada quanto ao ensino técnico profissionalizante, o governo federal tem gerado polêmica, por meio de seu Ministro da Educação, ao desestimular o Ensino Superior, considerando-o “para poucos”²⁸, uma fala elitista e antidemocrática.

Na contramão dessa postura, o **Programa Novotec** amplia as oportunidades da juventude do País - em vez de ceifá-las -, sem desestimular a universidade e sempre com abordagem inclusiva e democrática, o que tem um peso ainda maior em um momento de crise sanitária, econômica e política. Dessa forma, o potencial do **Programa** como contraponto positivo, avaliamos, é inquestionável.

²⁶ Reportagem do SPTV sobre o Novotec bit.ly/2U9fFDm

²⁷ Reportagem do Jornal Nacional sobre programa federal glo.bo/3yFkPpu

²⁸ Matéria do “G1” sobre fala anti-democrática do Ministro da Educação <https://glo.bo/3m7nMMe>

3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem

1) Ensino Técnico associado a uma educação de menor qualidade

Apesar do apelo positivo dos estudantes, por meio dos cursos técnicos, se descobrirem profissionalmente, alguns especialistas ouvidos em reportagem do portal “G1”²⁹ temem que este modelo de ensino seja prejudicial ao retirar do currículo horas-aula da chamada formação generalista, fazendo com que os estudantes mais pobres deixem de ter uma formação científica básica que é cobrada em vestibulares e dificultando o acesso às universidades.

Um dos argumentos que se pode reforçar para combater essas críticas é o de que, pela nova regra, os estudantes acabarão tendo mais aulas de conhecimentos específicos - e que isso os ajudará nas fases do vestibular em que as questões com mais peso são as da área da carreira escolhida pelo estudante. A **Pridea** sugere trabalhar essas possíveis pautas negativas reforçando fatos e evidências positivas que, decerto, surgirão conforme o programa for implementado em larga escala, e também com pesquisas e estudos internacionais, de locais que serviram de modelo para as ações do **Governo**, que desmentem a alegada baixa qualidade e o baixo desempenho dos alunos em cursos técnicos.

Atentar para o fator humano, as histórias positivas e os bons resultados que já puderem ser mensurados, além de se antecipar aos possíveis problemas que ocorrerão durante o processo, configuram uma estratégia de comunicação inclusiva, ágil e contínua. Como detalhado no **Plano** para esta concorrência, essas providências facilitam a recepção das ações da pasta, especialmente no âmbito do **Programa Novotec**.

2) Suposições de que os jovens profissionais com qualificação técnica não sejam adequadamente absorvidos pelo mercado de trabalho

Alguns especialistas em educação consultados pela reportagem do “G1” mencionada anteriormente consideram o **Novo Ensino Médio**, do qual o **Novotec** é pilar, de “retrocesso feito para manter pobre como pobre”, aprofundando as desvantagens do **Ensino Público** em relação ao particular. Segundo tal raciocínio, estariam sendo oferecidos cursos profissionalizantes simplórios, que não exigem ou não contarão com estruturas complexas, como laboratórios especializados. Os estudantes estariam trocando uma formação generalista por uma “promessa de emprego” que não deve se cumprir, na visão dos entrevistados, porque o mercado de trabalho não absorveria profissionais com esse tipo de qualificação.

A **Pridea** considera fundamental reforçar que, até nos cursos técnicos de modalidade com carga horária menor, mais rápidos, os alunos não deixarão de ter o conteúdo da formação generalista, ao mesmo

²⁹ Reportagem do G1 sobre o Novo Ensino Médio glo.bo/3CzrIR6

tempo em que aprender as matérias de maneira aplicada na prática não só proporciona uma melhor fixação do conteúdo como traz de volta à escola aqueles que a abandonaram e os iniciam em uma carreira. Reportagens e artigos observados em nossa Análise de Mídia, como a da revista “Melhor Gestão de Pessoas”³⁰ a respeito da contratação de alunos egressos do Novotec na Ford, destacam justamente como o **Programa** prepara bem os jovens - abordagem à qual nos dedicaremos.

Para restabelecer a imagem positiva do governo, a estratégia de comunicação deve se amparar em uma postura proativa, cultivando o relacionamento dos porta-vozes com a imprensa e com a comunidade, mantendo um diálogo aberto, principalmente nas diversas possibilidades trazidas pelas redes sociais com os cidadãos para reforçar as bases de um **Programa** com tantos benefícios.

3) Problemas de implementação e acesso podem atrapalhar o bom andamento e a receptividade das iniciativas do Novotec

Segundo o último censo escolar realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep)³¹, dos 645 municípios do Estado de São Paulo, 325 – portanto, mais da metade - possuem apenas uma escola estadual de Ensino Médio. Isso pode significar, na prática, que os alunos não terão tantas possibilidades de escolha em relação aos cursos técnicos que desejam fazer.

Outra questão apontada por especialistas é a exclusão digital a que muitos estudantes estão sujeitos, com pouco ou nenhum acesso a computadores e à internet em um momento ainda de pandemia e de cursos *online* ou semipresenciais no contexto de algumas das modalidades do **Novotec**. A **Pridea** sugere reforçar as ações de comunicação que incluem debates e a escuta ativa dos jovens, os principais envolvidos nos programas; e consolidar, junto à imprensa e nos canais do **Governo**, as informações do **Programa**, como o fato de que o foco da oferta de vagas do **Novotec** está em cursos presenciais, que serão realizados dentro das Escolas Técnicas (Etecs), Faculdades de Tecnologia (Fatecs) e das Escolas Estaduais.

Cabe reforçar que a modalidade à distância representa menos de 10% do previsto de vagas para 2022. Incrementar o diálogo e contar com um discurso previamente planejado, em conformidade com a visão da **SDE** e dos parceiros, tornam mais bem-assimiladas as políticas públicas e minimiza equívocos que põem em risco sua imagem institucional e o próprio sucesso do **Programa**.

³⁰ Artigo da “Melhor Gestão de Pessoas” sobre contratação de alunos do Novotec na Ford <https://bit.ly/3CIATJA>

³¹ Censo Escolar do Inep bit.ly/3fRqNw7



Análise de Imagem

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

Análise Diária de Imagem

A Pridea Comunicação realizou auditoria do conteúdo publicado em jornais, revistas, televisão, rádio e internet que se referem à imagem e marca da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e das entidades sob sua responsabilidade. A análise de imagem foi realizada durante o período de julho de 2020 a dezembro de 2021, como estipulado pelo edital, a partir de link <https://bit.ly/3wJ0wq5> disponibilizado no edital da referida concorrência. Tendo como tema da análise: *Programa Novotec*.

Foram selecionadas 100 reportagens veiculadas na mídia, de veículos de imprensa, que envolveram ou citaram a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** no que se refere ao tema proposto no edital. No que diz respeito ao tipo de mídia, os conteúdos analisados abarcaram reportagens e matérias veiculadas em impresso, web, TVs e rádios, sendo a web a mídia de maior quantidade de matérias, representando 47%. Em seguida aparecem as matérias de jornais impressos, atingindo 39%; rádios 7%; TVs, 5%; e revistas, 2%.

Dentro do período analisado a partir do levantamento realizado pela Pridea Comunicação, constatou-se que a mídia televisiva e as emissoras de rádio somam apenas 12%. Este cenário pode ser um ponto a ser potencializado pela **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**. São veículos de comunicação com grande abrangência, atingindo públicos de diferentes classes sociais.

Para compreender a imagem das ações do Governo Estadual junto à imprensa, a Pridea dividiu as matérias analisadas entre positivas, negativas e neutras. O que se percebeu foi que, em sua maioria, as matérias relacionadas às ações da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** é de conotação positiva, representando 79 das 100 matérias analisadas. Em seguida, foram registradas 19 reportagens neutras. E 2 registros de veiculações negativas para a imagem da pasta.

Outro ponto de avaliação elaborado pela Pridea se refere ao caráter da matéria, ou seja, o que motivou a imprensa a realizar a inserção de determinadas pautas em seus veículos. A divisão foi feita entre Informativo e Denúncia. O primeiro, marcando 98% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população. E, no caso de denúncia, 2% das reportagens avaliadas.

A Pridea também buscou compreender a posição que a instituição ocupa nas notícias avaliadas. Foram

estabelecidos dois cenários: Protagonista, quando a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico e o governo**

estadual conduz a notícia publicada, sendo ator principal; e Coadjuvante, quando é apenas citada no contexto da notícia. A entidade esteve como protagonista, de maneira positiva em 80 veículos de imprensa e em 20 como coadjuvante. Portanto, é recomendável um esforço na estratégia de comunicação para que a marca do governo aumente ainda mais sua participação como protagonistas nas matérias veiculadas pela imprensa.

A Pridea Comunicação também buscou avaliar os veículos que o governo marca presença, seja de maneira positiva ou negativa, caráter informativo ou denunciioso, seja como protagonista ou como coadjuvante. O que se pode notar foi a inserção de matérias em mais de 60 diferentes veículos. Destaque para a TV Globo com 3 reportagens. Em veículos impressos, destaque para as 2 reportagens do jornal Folha de S.Paulo. Com abrangência no interior destaque para os jornais a Tribuna, de Santos, com 3 reportagens veiculadas

Das 100 matérias avaliadas, 68 têm alcance no interior do estado de São Paulo. Demonstrando, portanto, enorme oportunidade de se potencializar a regionalização dos assuntos. Em seguida, o destaque é para as 11 notícias veiculadas em mídias da capital, região metropolitana com 6 matérias; 5 com abrangência nacional, e baixada santista 10 reportagens. Foi identificada apenas uma reportagem no jornal O Estado de S. Paulo e não houve registro na Folha de S. Paulo, o que revela a importância de elaboração de estratégias de comunicação a fim de impactar dois dos maiores jornais do país.

Quanto à abrangência envolvendo as regiões administrativas do Estado, 16 regiões trazem notícias sobre as ações referentes ao tema. Além disso, a Pridea também verificou diferentes oportunidades de ampliação da comunicação para a pasta, que serão apresentadas no decorrer deste documento. Como método de organização, as análises apresentam os seguintes dados: data, veículo, programa/editoria, título da matéria e região em que a matéria foi veiculada.

O conteúdo incluiu itens como **Análise**, que descreve e indica o tom da reportagem; **Pontos positivos**, que destaca as qualidades da matéria; **Riscos à imagem**, que detectam o que pode soar negativo para o

Governo Estadual; e **Sugestão de estratégia**, com ações estrategicamente pensadas para as equipes de comunicação tomar em cada uma das situações avaliadas.

Data: 12/07/2020

Veículos: Folha da Região

Programas/editorias: Economia

Títulos das matérias: Retomada virá com investimentos, crédito e qualificação, diz secretária

Regiões: Araçatuba

Veiculações: Positiva

Análises

Entrevista exclusiva de Patrícia Ellen, secretária de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, concedida à Folha da Região. A matéria tem uma pequena introdução e depois segue no formato perguntas e respostas, em que a secretária responde questões a respeito da queda do PIB estadual e medidas para minimizar os efeitos da pandemia; o impacto da crise econômica na região de Araçatuba; a relação da pasta com as prefeituras; as possibilidades de investimento tecnológico nas escolas públicas, em defasagem às da rede privada; as regiões do interior como alto propagadoras do coronavírus; as prefeituras que flexibilizam medidas de segurança para conter a pandemia e descumprem decretos estaduais; a suposta abertura prematura do comércio e uma consequente segunda onda da Covid-19; a recuperação das cidades do interior no pós-pandemia; as ações da pasta para o enfrentamento da crise; suas considerações ao povo do Noroeste Paulista; sua posição de destaque como servidora pública mulher em um meio dominado por homens; e suas possíveis intenções políticas para 2022. Um bom espaço voltado para entrevista.

Pontos Positivos

A entrevista só levantou perguntas com respostas que ressoam positivas à imagem da secretária, da pasta, portanto, do Governo.

Riscos à Imagem

Apesar do texto girar em torno das ações do Governo na contenção da pandemia, de avanço do coronavírus, de crise econômica, não há trecho que corresponda a risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma possível estratégia é trabalhar todas as boas novas para levá-las a mais veículos. A Folha da Região levantou muitas perguntas que resultaram na exposição de um vasto planejamento da pasta na retomada da economia na pandemia e pós-pandemia, o que pode ser levado a mais alcance.

veículo poderia ser destrinchada em infográficos para a mídia, ou seja, os de imediata compreensão, ou mesmo separados em tópicos. Aspas da secretária poderiam corroborar as informações, incluindo-as no conteúdo produzido. Então, dos muitos dados dessa matéria, um exemplo para ser trabalhado no conteúdo sugerido:

- R\$ 650 milhões entre crédito e microcrédito concedidos através do Banco do Povo e da Desenvolve SP
- Mais de 100 mil qualificações profissionais oferecidas
- 7.500 vagas para atender até o final do ano por meio do Frente de Trabalho e 10 mil projetadas para o ano que vem
- 52 mil vagas abertas do SP Tech

É claro que esse é um material já vislumbrado na assessoria, a proposta é efetuar-lo em grande escala, apurando mais detalhes das realizações, dos planos da pasta, e anunciá-los nesse momento em que a população está vendo a vacinação acelerar, e já há uma estimativa de retomada da vida sem pandemia. O bom agora é aproveitar o clima de esperança e noticiar como essa retomada acontecerá (ou já está acontecendo).

Claro, todos servidores envolvidos nesse plano precisam receber treinamento da assessoria para alinhar a estratégia de divulgação das ações. Todos precisam saber os dados, as regiões dos programas contemplados, as parcerias.

Data: 28/07/2020

Veículos: Revista Melhor Gestão de Pessoas

Programas/editorias: Melhor RH

Títulos das matérias: Inovação, criatividade e colaboração para atrair e desenvolver talentos

Regiões: São Paulo

Veiculação: Positiva

Análises

Artigo de blog, na editoria Melhor RH, assinado por Salim Khouri. O texto foi desenvolvido de forma colaborativa, com profissionais de várias equipes da empresa Ford Brasil, para explicar ações tomadas em cada setor diante da obrigatoriedade da quarentena no país, com cumprimento ao isolamento social e todos os outros protocolos de segurança. Nesse contexto, o Novotec é citado, pois pela primeira vez todo o processo de seleção dos profissionais técnicos de ensino médio vindos do Novotec foi realizado 100% online, e inserindo treinamentos virtuais antes do início das atividades presenciais em suas plantas.

Pontos Positivos

Positiva a imagem do Novotec em um artigo assinado por profissionais de uma grande empresa. Prova que os jovens formados no programa estão sendo absorvidos pelo mercado de trabalho.

Riscos à Imagem

O artigo não corresponde a risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma excelente possibilidade de abertura para trabalhar a criação de conteúdo sobre o Novotec e uma grande empresa. A estratégia sugerida é mostrar os jovens formados no Novotec atuando em uma grande empresa, nesse caso, a Ford. Assim, a Comunicação cria um conteúdo para a mídia com um resultado que pode ser entendido, ou seja, com matéria que apresenta o jovem atuando como profissional em uma oportunidade que, se muito, apareceria lá no futuro, após uma profissionalização após o término do Ensino Médio.

A estratégia é levantar a pauta, apurar, escrever e divulgar: em que setor os jovens formados no Novotec atuam na Ford? Quais são as suas atividades, quem os acompanha na realização do trabalho? Há mentoria de profissionais da Ford ou do Novotec para esses novos profissionais? A Ford sabe dizer se existe fora do país um programa como esse na empresa? se existe, qual seria o equivalente estrangeiro? Quantos jovens a

Ford já contratou, é em sistema de estágio? Como esses jovens conseguem participar da seleção? E o que principalmente a empresa avalia em cada candidato? É considerado o desempenho no decorrer do curso, ou existe outra forma de avaliação?

Uma boa alternativa para ver repercutir esse conteúdo, é oferecê-lo a veículos das regiões no raio de atuação da empresa no estado, ou seja, das cidades que possuem vagas do Novotec, e por ser assim, podem se identificar com a pauta.

Data: 25/08/2020

Veículos: Cidade Azul Notícias / TI Inside Online

Programas/editorias: Notícias / Profissionais

Títulos das matérias: Parceria entre Governo de SP e startup oferece 25 mil bolsas de estudo / SP oferece 25 mil bolsas de estudos gratuitas para cursos de tecnologia

Regiões: Rio Claro / São Paulo

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

As duas matérias divulgam a parceria firmada entre a Digital Innovation One e a Secretaria de Desenvolvimento, através do Novotec, que possibilita 25 mil bolsas de estudo gratuitas para um bootcamp (programa de treinamento) destinado à área de programação de games. A iniciativa tem o objetivo de qualificar novos talentos para o mercado de trabalho que hoje estudam na rede estadual de ensino.

O site Cidade Azul Notícias traz mais informações, a sub “Qualificação profissional”; e também três falas, a de Daniel Barros, coordenador de Ensino Técnico, Tecnológico e Profissionalizante da Secretaria de Desenvolvimento, do presidente do Sindicato das Empresas de Processamento de Dados e Serviços de Informática do Estado de São Paulo, Luigi Nese, e Iglá Generoso, CEO da Digital Innovation One.

Pontos Positivos

As duas matérias mostram que a ação visa democratizar a educação profissional, portanto trazem pontos positivos.

Riscos à Imagem

As matérias não trazem risco à imagem, visto que contribuem para a divulgação da iniciativa.

Sugestões de Estratégias

A sugestão de estratégia é criar conteúdo com outra via humana do Novotec: os mentores. No caso dos cursos em evidência nas matérias, voltados à tecnologia, seria interessante criar conteúdo visual e textual a respeito, por exemplo, do que é aprendido, como os desafios de código, que possibilitam que os estudantes formados possam atuar como desenvolvedores de software front-end, ou seja, podem ser criadores de sites e páginas on-line que utilizam bases da web, como código HTML, CSS e JavaScript. A ideia é que os professores apresentem os cursos oferecidos e expliquem a importância dessa iniciativa a jovens que talvez jamais

tivessem outra oportunidade como essa. Aliado a isso, o Novotec apresenta aos alunos projeções de carreiras, e até coloca em destaque os que demonstram mais potencial. Nesse sentido, vale criar conteúdo visando a relação professor e aluno, mostrando que essa mentoria em estágio tão inicial da vida pode determinar um melhor futuro profissional para o jovem.

Uma sugestão de mote para o conteúdo gerado (e replicado à mídia como divulgador do Novotec), é “O novo TI é daqui”: São Paulo está gerando uma nova “safra” de TI, muito jovem, da educação pública, com mentores apaixonados por tecnologia, claro, e pela possibilidade de formar essa juventude.

Data: 26/08/2020

Veículos: O Imparcial / Cotia Agora / O Diário do Vale Online / Litoral Hoje / Tecmundo

Programas/editorias: Geral / Cotidiano / Tecnologia / Notícias / Share

Títulos das matérias: Parceria entre Governo de SP e startup oferece 25 mil bolsas de estudo para cursos de TI/ Jovens de Cotia e região podem se inscrever para bolsas de estudo gratuitas para cursos de tecnologia/ Governo de SP e startup oferecem 25 mil bolsas gratuitas em TI/ Estado e startup abrem 25 mil bolsas gratuitas em TI na Baixada Santista/ Cursos grátis de tecnologia: 25 mil bolsas abertas em SP

Regiões: Araraquara / Cotia / Vale do Paraíba / Santos/ Curitiba

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

Análises

Títulos “**Parceria entre Governo de SP e startup oferece 25 mil bolsas de estudo para cursos de TI**”, do impresso O Imparcial, “**Jovens de Cotia e região podem se inscrever para bolsas de estudo gratuitas para cursos de tecnologia**”, do portal Cotia Agora, “**Governo de SP e startup oferecem 25 mil bolsas gratuitas em TI**”, do O Diário do Vale Online, “**Estado e startup abrem 25 mil bolsas gratuitas em TI na Baixada Santista**”, do site Litoral Hoje, e “**Cursos grátis de tecnologia: 25 mil bolsas abertas em SP**”, do portal Tecmundo, trazem as mesmas matérias, com as mesmas fontes, um ou outro texto um pouco cortado, mas basicamente utilizaram o mesmo conteúdo transmitido pela assessoria do Governo.

É sobre a parceria firmada entre a Digital Innovation One - maior ecossistema open education da América Latina - e a Secretaria de Desenvolvimento, que possibilitou a abertura de 25 mil bolsas de estudo gratuitas para um bootcamp (programa de treinamento) destinado à área de programação de games. A iniciativa tinha o objetivo de qualificar novos talentos para o mercado de trabalho, que hoje estudam na rede estadual de ensino. As vagas foram abertas por meio do programa Novotec.

O programa ajuda não apenas as empresas a encontrarem profissionais capacitados, como também pode alavancar a inserção de jovens no mercado de trabalho. Alguns dos textos têm fala do presidente do Sindicato das Empresas de Processamento de Dados e Serviços de Informática do Estado de São Paulo, Luigi Nese; e de Iglá Generoso, CEO da Digital Innovation One.

Pontos Positivos

Replicam informações de conteúdo do Governo, sem oposição a nada, portanto são positivas.

Riscos à Imagem

As matérias não correspondem risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma estratégia que pode ser esquematizada e concretizada com a equipe de marketing do Governo para produção de conteúdo aliado à reforço da marca, que no caso é o Novotec, é a criação de uma campanha com, inicialmente, três embaixadores: um/uma de fama reconhecida, conhecimento público, pessoa voltada à juventude, com renome nos meios dos games, com atividade significativa no Youtube, por exemplo; e os outros dois uma aluna e um aluno formados no bootcamp que tiveram desempenho exemplar. A ideia é anunciá-los como embaixadores para divulgar os programas do Novotec e todos os outros que a ele estiverem alinhados, disseminando valores, posicionamento, propostas, resultados, estimulando inscrições, matrículas, fazendo a divulgação de modo que a assessoria de imprensa os tenha como “aliados”. Os embaixadores estariam em propagandas, mas também em conteúdo para a imprensa, sempre com a tutela de embaixador/embaixadora Novotec.

Data: 28/08/2020

Veículos: Notícias de Primeira Feira

Programas/editorias: Local

Títulos das matérias: Governo estadual e startup abrem processo para bolsas de estudo gratuitas em TI

Regiões: Salto

Veiculação: Neutra

Análises

Matéria de duas colunas na página 8 do jornal Notícias da Primeira Feira, trazem informações a respeito da parceria da Secretaria de Desenvolvimento firmada com a startup Digital Innovation One para o oferecimento de 25 mil bolsas de estudo gratuitas para um programa de treinamento destinado à área de programação de games. A iniciativa tem o objetivo de qualificar novos talentos para o mercado de trabalho que estudam na rede estadual de ensino. As vagas foram abertas por meio do Novotec.

Ao longo das 100 horas de duração do programa, os alunos serão capacitados por meio de projetos práticos de mercado e desafios de código, para poderem atuar como desenvolvedores de software front-end. Ou seja, terão conhecimentos para serem criadores de sites e páginas on-line que utilizam tecnologias bases da web, como código HTML, CSS e JavaScript.

O texto traz apenas informações disponibilizadas pela assessoria de imprensa, sem falas de fontes, mas com o necessário para entendimento de como funciona o programa.

Pontos Positivos

A matéria divulga com êxito a parceria e o programa, então é tida como positiva.

Riscos à Imagem

A matéria não possui risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma estratégia que a assessoria poderia pensar para algum fim de curso Novotec, é estimular e cobrir uma formatura de turma. A entrega de certificados com certeza é online, as aulas têm sido online, com alguns cursos semipresenciais, mas para fins de divulgação, uma turma poderia receber a certificação de forma simbólica em um encontro virtual, de professores, mentores, coordenadores, organizadores, diretora do Novotec, enfim, das pessoas responsáveis pelo programa e que fazem tudo acontecer, em uma cerimônia que

possa celebrar os novos tempos e a nova perspectiva que jovens de toda a São paulo agora tem. Isso gera conteúdo para a imprensa, já abre caminho para divulgar a previsão de novas inscrições e matrículas, pode ser aliado também a um balanço da parceria e dos programas, tem imagens dos participantes em suas telas, dos alunos felizes em uma nova jornada, gera aspas de todos os envolvidos na cerimônia. A imprensa pode acompanhar o evento, e para a mídia que não pode estar presente, a assessoria já entrega a matéria feita. No caso dos portais de notícias, a imprensa pode entregar pequenos vídeos da cerimônia com momentos emblemáticos.

Data: 30/08/2020

Veículos: Folha de S. Paulo

Programas/editorias: Opinião

Títulos das matérias: A chance de educar e profissionalizar

Regiões: São Paulo

Veiculação: Positiva

Análises

Artigo de opinião na Folha de S. Paulo escrito por Daniel de Barros, mestre em administração pública pela Universidade Columbia, Nova York, e subsecretário de ensino profissionalizante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo. Ele defende no artigo uma maior interação entre escolas e mercado de trabalho, uma mudança que, segundo ele, é benéfica sobretudo para alunos de baixa renda, e que pode ser estimulada pelas novas regras do ensino médio e pela valorização da educação profissionalizante.

O subsecretário visualiza um futuro muito mais difícil para a juventude que hoje está concluindo a escola, com um mercado de trabalho mais arisco, uma empregabilidade mais penosa, com mais exigências de habilidades. Um trecho do texto que mostra a preocupação com essa integração diz que a maior demanda por conhecimentos práticos no nível médio não é apenas circunstancial de um período pós-crise. A aproximação da escola com o mercado de trabalho já aparecia como desejo dos alunos em pesquisas realizadas antes da pandemia.

Em análise a respeito do novo ensino médio, com novo currículo escolar recentemente aprovado pelo estado de São Paulo, o subsecretário cita o Novotec como possibilidade de integrar como módulo profissionalizante as trilhas desenvolvidas na concepção que agora vigorará.

Pontos Positivos

O artigo enaltece o Novotec, dando a informação de que ele já realiza um trabalho de integração da escola com o mercado de trabalho, e ainda para a juventude mais carente, de forma exemplar. Portanto, o texto é positivo.

Riscos à Imagem

Não existe risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Com o mote de que a “educação não é um fim em si mesma” (dita pelo subsecretário no texto), a Comunicação pode articular produção de pauta e conteúdo voltada para o novo currículo do ensino médio - mas sem se voltar ao que o Novotec almeja: lançar profissionais ao mercado dando oportunidade a jovens da escola pública.

O artigo já serve como base para estabelecer temas que podem ser seguidos. Se o Novotec antecipou um problema de conquista de renda da juventude carente mesmo antes da pandemia e sua crise, e ainda pode, com seu formato de programa, e seus benefícios, integrar as trilhas do novo currículo escolar, então convém aproveitar o panorama e levar à mídia essa informação - que não é óbvia, precisa mesma ser pautada e pode ter ótimas repercussões.

Para um conteúdo inicial, a sugestão é focar no que tem mais clamor neste momento: o modo de trabalho mudou. Já estava mudando, com a pandemia, as transformações se aceleraram. O emprego formal tem dividido espaço cada vez mais com o trabalho de freelancer, e o jovem de hoje precisa estar apto para as duas formas de atuação, o importante é iniciar carreira e ter chance de mobilidade social.

A estratégia é buscar profissionais envolvidos com o Novotec que possam fazer essa ponte das novas trilhas do ensino médio, o Novotec e o mercado de trabalho que agora recebe os jovens. Se a educação pode se encontrar em estudantes que viram trabalhadores empregados, e o Novotec é um exemplo de como fazer isso acontecer, então essa é a hora de aproveitar a discussão em torno da mudança no ensino médio e alavancar a imagem do programa técnico.

Para uma pauta como essa (e conteúdo produzido), a propagação pode ser para mídia nacional, pois esse é um tema de importância geral.

Data: 03/09/2020

Veículos: Rádio Clube 580 AM

Programas/editorias: Jornal do Clube

Títulos das matérias: Entrevista com diretora técnica do programa Via Rápida SP Tech, Sara Silva Freitas

Regiões: Americana

Veiculações: Positiva

Análises

A âncora Talita começa a transmissão de 7m37 anunciando que o SP Tech, programa da Secretaria de Desenvolvimento, disponibilizava 20 mil vagas exclusivas para mulheres em cursos online e gratuitos na área de tecnologia. Na sequência, entrevista Sara Silva Freitas, diretora técnica do programa Via Rápida SP Tech. A diretora explica que naquele momento havia quatro cursos introdutórios abertos: lógica de programação, banco de dados, desenvolvimento web e desenvolvimento mobile. Para quem quisesse continuar estudando, também havia cursos de aprofundamento nas áreas de ciência de dados e desenvolvimento web. Ela também explica que a ideia é profissionalizar mulheres para ampliar sua empregabilidade, pois essa força de trabalho ainda é baixa na área de TI. “Hoje, 17% dos programadores são mulheres. Também percebemos uma menor participação das mulheres nos nossos cursos de tecnologia”, disse. Segundo Sara, os cursos introdutórios atendem até mesmo alunas sem familiaridade com tecnologia, atuando realmente como uma “entrada” na área.

Pontos Positivos

A entrevista foi uma boa oportunidade de chamar a população para as inscrições nos cursos, e para enfatizar que as mulheres estão sendo priorizadas em um importante programa de profissionalização. Portanto, a matéria é positiva.

Riscos à Imagem

Não existe risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Dentro do contexto de vacinação em massa e expectativas de fim de pandemia, uma estratégia interessante é enfatizar essa formação focada em mulheres num saldo bem divulgado. A pandemia se revelou ainda mais

dramática para as mulheres, que assumiram uma carga de responsabilidade, um peso doméstico mais impositivo do que de antes das quarentenas. Também sofreram com desemprego, assumiram a educação dos filhos em casa e se viram como alvo mais frequente da violência doméstica por conta da maior convivência com cônjuges. Diante desse quadro, a iniciativa do programa Via Rápida SP Tech se revela como um caminho de resgate e fortalecimento dessa mulher preterida pela sociedade, habitualmente deixada ao descaso das políticas públicas.

Assim, a assessoria de comunicação pode apurar se o curso continua nesse formato de aceitação apenas de alunas mulheres após a pandemia. A diretora Sara disse na entrevista que outras iniciativas estavam sendo discutidas nesse âmbito e que o Novotec, que é outro programa que se desenvolveu muito bem, sempre tem 70% das vagas garantidas a estudantes meninas. Então, a proposta é criar um material direcionado à imprensa que traga essas (e talvez outras) iniciativas da Secretaria de Desenvolvimento que durante a pandemia buscaram ajudar a mulher. A comunicação pode divulgar dados, levantar fontes de alunas já empregadas ou não, ouvir especialistas que expliquem a importância de ações como essas, divulgar novos programas, ou novos cursos, resgatar os dados de profissionais mulheres na área de tecnologia no mercado paulista hoje, e dar uma previsão de quantas profissionais mulheres dessa área estão sendo direcionadas ao mercado. É uma boa oportunidade de colocar a mulher como foco.

Data: 10/09/2020

Veículos: O Vale Online

Programas/editorias: Geral

Títulos das matérias: Estado tem 900 vagas em cursos gratuitos no Vale do Paraíba

Regiões: São José dos Campos

Veiculação: Positiva

Análises

Nota curta, de três parágrafos, anunciando centenas de vagas abertas no Novotec Expresso e direcionando para o site do programa para a realização da inscrição, mas sem hiperlink, ou seja, não é possível acessar o portal. Parece que o texto destinado à versão impressa foi parar no site.

Pontos Positivos

É uma nota neutra, apenas divulgando a abertura de vagas, pode-se considerar positiva, ao menos ajuda a propagar o programa.

Riscos à Imagem

Apesar da nota não levar o leitor ao site do Novotec, não corresponde a um risco à imagem (a não ser do próprio OVale, que não revisou o que postou).

Sugestões de Estratégias

O veículo optou apenas por inserir o site do programa, mas sem direcionar o leitor ao portal para a realização de inscrição, a falta de revisão ocasionou isso. O texto não apresenta nada além de uma frase avisando que para saber quais cursos o Novotec Expresso oferece, bastava acessar o próprio O Vale On-line, o que não faz sentido. A estratégia, então, é abordar o veículo sugerindo uma ampliação da nota para uma matéria, afinal, é um site, espaço não é problema. Esse conteúdo poderia ser disponibilizado pela Comunicação do Governo, em release, ou mesmo a matéria já finalizada. Também seria importante pedir para inserir o link do programa de forma clicável, ajudando quem acessa a nota a chegar à página oferecida.

O acompanhamento diário por parte da Comunicação do que é publicado é importante para evitar esse tipo de erro na mídia. O cotidiano de redação de notícias é sempre atribulado, os editores responsáveis pelas editorias podem não checar o que entra no ar, especialmente nos casos de conteúdo de postagem automática.

No caso dessa abordagem, a sugestão é a Comunicação já entregar um material de interesse imediato, com

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91

Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

foco nas vagas disponíveis para as cidades da região de abrangência do veículo e seus respectivos cursos. Essa é uma produção de conteúdo que pode ser realizada rapidamente, sem envolver grandes apurações (apenas a conferência das cidades, dos cursos e do número de vagas) e oferecida ao editor como complemento. Também pode ser feita uma sugestão de imagem, do banco de divulgação da Comunicação, já com legenda, para facilitar o trabalho do profissional do veículo que por ventura atenda aos pedidos de melhoria da nota.

Data: 11/09/2020

Veículos: A Cidade / BandNews FM 96,5 / Diário do Litoral / O Vale Online

Programas/editorias: Cotidiano / Destaques BandNews / Última Notícias / Nossa Região

Títulos das matérias: Governo e Sebrae-SP realizam evento online e gratuito do Empreenda Rápido para empreendedores do setor de bares e restaurantes/Destaques: Procon-SP irá fazer fiscalização em estabelecimentos para apresentação de explicação sobre preços/ SP abre mais de 9 mil vagas para cursos de qualificação profissional/ Governo de SP abre 900 vagas para cursos gratuitos no Vale; veja lista

Regiões: Barretos / São Paulo / Santos / Vale do Paraíba

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva/ Positiva

Análises

Título “Governo e Sebrae-SP realizam evento online e gratuito do Empreenda Rápido para empreendedores do setor de bares e restaurantes”: Matéria na página 5 do impresso A Cidade divulga evento online e gratuito do Empreenda Rápido - Retomada São Paulo: Gastronomia. A programação incluía orientações de gestão, comportamento do consumidor pós-pandemia, acesso a crédito, digitalização do negócio, protocolos de segurança e painéis de boas práticas com especialistas e chefs de cozinha. O texto tem fala de Patrícia Ellen, secretária de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, de Wilson Poit, diretor-superintendente do Sebrae-SP e do presidente da Ade Sampa, Frederico Celentano.

Título “Destaques: Procon-SP irá fazer fiscalização em estabelecimentos para apresentação de explicação sobre preços”: Passagem rápida no BandNews em Alta Frequência, às 17h20. O repórter informou que o Governo do Estado de São Paulo anunciou a oferta de 9.060 vagas para 11 cursos rápidos e gratuitos de qualificação profissional no programa Novotec Expresso e as inscrições deviam ser feitas até 23 de setembro no site do programa. O título diz respeito a outra matéria, com mais destaque na chamada.

Títulos “SP abre mais de 9 mil vagas para cursos de qualificação profissional” e “Governo de SP abre 900 vagas para cursos gratuitos no Vale; veja lista”:

Os portais Diário do Litoral e O Vale On-line noticiam as vagas do Novotec, apresenta os 11 cursos desenvolvidos para atender as demandas atuais do mercado de trabalho e os interesses dos jovens, e também informa que o Governo do Estado, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, firmou parceria com a EF Education First e estava oferecendo 17 mil bolsas em curso online e gratuito de inglês por meio da plataforma da EF aos estudantes do Ensino Médio da rede pública estadual, Educação de Jovens e Adultos (EJA) e concluintes do Ensino Médio de dezembro de 2018 e 2019.

Pontos Positivos

Todas as matérias fazem a divulgação de iniciativas do Governo com boa repercussão.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem em nenhuma das matérias apresentadas.

Sugestões de Estratégias

Do **primeiro** título a sugestão de estratégia é, junto com os responsáveis pela iniciativa, elaborar maneiras de criar conteúdo atualizado, já que com o avanço da vacinação no estado, os bares e restaurantes retornarão às suas atividades a todo vapor. Com foco no que a secretaria de Desenvolvimento se envolveu nessa parceria, a Comunicação pode levantar os dados de como foi o evento noticiado em 2020: quantos estabelecimentos participaram, os resultados possíveis de se saber após o evento, se houve aumento de pedido de crédito. E para agora, com a retomada dos horários normais, divulgar se a Secretaria oferecerá mais eventos como esse que prestam auxílio e ajudam na economia.

Do **segundo** título, uma estratégia para rádios é buscar áudios que possam ser enviados às emissoras. Para podcast, um áudio de whatsapp já serve para utilização. O ideal é gravar voz utilizando apps próprios para isso, mas é difícil pedir que as fontes se prontifiquem a esse tipo de gravação. Então, a sugestão, é pedir áudios de até 3 minutos às fontes, por whatsapp mesmo, que possam ser encaminhados aos produtores de rádio para complementar as pautas e, assim, dar mais destaque nas chamadas.

Dos **terceiro** e **quarto** títulos, a estratégia possível é propagar mais o oferecimento de milhares de bolsas gratuitas de inglês para os estudantes da rede pública. Um conteúdo focado em alunos que agora têm a oportunidade de saber inglês chama a atenção da mídia e pode pegar caminhos como a chance de empregabilidade, o sonho de um dia viajar o mundo, a descoberta de culturas etc. Esse conteúdo pautado pela Comunicação pode já ser entregue com fontes, como por exemplo, do EJA, com quem já estava investindo na retomada da educação e ainda tem a chance de aprender uma outra língua.

Data: 12/09/2020

Veículos: O Dia de Marília / Jornal de Piracicaba / Diário de Penápolis / Diário da Região / ABC Repórter

Programas/editorias: Região / Local / Geral / Política / Cotidiano

Títulos das matérias: Estado oferece 120 vagas para cursos de qualificação profissional/ Programador é profissão tão essencial quanto a tecnologia/ Governo de São Paulo oferece cursos de qualificação profissional/ Governo lança programa/ Governo de SP abre mais de 9 mil vagas para os cursos de qualificação profissional do Programa Novotec Expresso

Regiões: Marília / Piracicaba / Penápolis / São José do Rio Preto / ABC Paulista

Veiculações: Positiva / Positiva / Neutra / Neutra / Neutra

Análises

Título “**Estado oferece 120 vagas para cursos de qualificação profissional**”, do impresso O Diário de Marília, traz nota sobre o Novotec com informações gerais de release.

Título “**Programador é profissão tão essencial quanto a tecnologia**”, do impresso Jornal de Piracicaba, traz extensa matéria sobre o Dia do Programador, comemorado em 12 de setembro, com exemplos de atuação de startups. Em uma sub, fala do Novotec como oportunidade de formação na área de programação.

Título “**Governo de São Paulo oferece cursos de qualificação profissional**”, do impresso Diário de Penápolis, traz todas as informações sobre o Novotec com base em texto de divulgação da assessoria de imprensa do Governo. Colocam foco nos cursos de Penápolis.

Título “**Governo lança programa**”, do impresso Diário da Região, é uma notinha sobre o Novotec, com algumas informações, entre elas as vagas disponíveis em Rio Preto.

Título “**Governo de SP abre mais de 9 mil vagas para os cursos de qualificação profissional do Programa Novotec Expresso**”, do impresso ABC Repórter, é matéria com informações gerais, sem foco em região, sobre o Novotec.

Pontos Positivos

Todas as matérias têm aspecto positivo, pois divulgam o Novotec.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem nas matérias apresentadas.

Sugestões de Estratégias

A estratégia abrange o Novotec, e pode ser referente a todos os veículos aqui apresentados. A exemplo do Jornal de Piracicaba com a matéria sobre os programadores, a assessoria poderia levantar as profissões dos cursos oferecidos pelo Novotec e criar conteúdo sobre as funções, a empregabilidade, as empresas possíveis de atuação, a média salarial, as projeções para o futuro na área. Assim, a assessoria sempre teria um conteúdo diferente, com fontes, com aspas, com possibilidade de inserção nos veículos das regiões onde os cursos são oferecidos.

O uso de imagens com personagens reais, alunos da rede estadual de ensino por exemplo, que possam pautar os veículos de imprensa com maior alcance são atitudes que podem ser positivas para a imagem do Novotec e para a ampliação da adesão ao programa.

É sempre interessante perceber que os veículos do interior, conforme mencionado acima, tem a tendência de focar nas localidades, nas realidades mais regionais o que é bastante positivo para a comunicação da Pasta, porém, também é muito importante atender a curiosidade e a grandiosidade do programa, gerando interesse em veículos de grande circulação também.

Data: 14/09/2020

Veículos: ABCD Real / O Liberal Online / Portal Gazeta / RD Repórter Diário / Empresas e Negócios / Rádio 102,1 FM / Rádio Brasil / Rádio Cruzeiro / A Tribuna

Programas/editorias: No Dia / Região / Educação / Regional / Negócios em Pauta / Notícias / Geral / Geral / Notícias

Títulos das matérias: Governo de SP abre mais de 9 mil vagas para os cursos de qualificação profissional do Programa Novotec Expresso/ Novotec Expresso oferece 180 vagas gratuitas para cursos de qualificação/ Abertas inscrições para cursos de qualificação profissional/ Estado abre 9 mil vagas para 11 cursos de qualificação profissional do Novotec/ Negócios em Pauta/ Novotec tem mais de 9 mil vagas em cursos gratuitos/ Abertas mais de 9 mil vagas para os cursos de qualificação profissional do Programa Novotec Expresso/ Programa Novotec Expresso abriu 9 mil vagas para cursos de qualificação profissional/ Baixada Santista tem 240 vagas para cursos profissionalizantes gratuitos

Regiões: São Caetano do Sul / Americana / Votorantim / Santos / Bragança Paulista / Santa Bárbara D'oeste / Sorocaba / Santos

Veiculações: Positivas

Análises

O Novotec Expresso é o principal tema dos 9 veículos que tratam do assunto em todo o Estado de São Paulo e que são analisados nesse texto. É preciso destacar que em entrevista a Rádio 102,1 FM de Santa Bárbara d'Oeste, Rádio Brasil e Rádio Cruzeiro a secretária de desenvolvimento econômico, Patrícia Ellen, dá uma informação não encontrada em outros materiais sobre o assunto, ela fala como os temas para os cursos foram elencadas e cita que os estudantes e o mercado de trabalho foram ouvidos.

O release geral divulgado pelo Governo do Estado em que são destacados os números gerais, 9 mil vagas em 81 cidades - estão presentes em todas as análises. Mas é preciso salientar que em Santos, A Tribuna de Santos e no jornal O Liberal de Americana divulgam números regionais com dados sobre as vagas e os cursos que serão oferecidos em cada região.

Pontos Positivos

Todas divulgações dão um tom institucional ao trabalho de distribuição das vagas, deixando um ar de positividade em todos os materiais analisados.

Riscos à Imagem

É interessante notar que os materiais analisados não sofrem nenhuma alteração em qualquer região do Estado. A publicação de um texto institucional pode fazer parecer que o trabalho foi 'vendido' ao jornal e que não se trata de uma matéria jornalística que tem em seus preceitos prezar pela imparcialidade e análise de fontes.

Sugestões de Estratégias

Para motivar o acesso dos alunos uma comunicação relevante precisa ser pensada. Com os professores e membros da comunidade escolar. Por isso, a assessoria de comunicação deve lançar mão de alternativas para fazer com que a informação circule e possa chegar efetivamente para quem mais tem dificuldade aos meios de comunicação e as populações mais vulneráveis.

Por isso, poderia ser possível pensar em uma parceria com o jornal Joca. Uma publicação pedagógica que leva até dentro da sala de aula notícias relacionadas a vida e cotidiano de convivência dos alunos.

Nessa parceria seria possível pensar em ações que abordem o trabalho do Novotec e o quanto a proposta poderá formar um grande volume de cidadãos capazes de lidarem com os percalços da vida.

Data: 15/09/2020

Veículos: TV Globo / Jornal Gazeta / Diário da Região Online / A Tribuna

Programas/editorias: Bom dia SP / Notícias / Local / Notícias

Títulos das matérias: Novotec Expresso abre 1.200 vagas na região de Itapetininga/ Governo de SP abre 9 mil vagas em cursos de qualificação profissional/ Região de Rio Preto tem 630 vagas para cursos de qualificação/ Estado oferece 17 mil bolsas em curso online e gratuito de inglês

Regiões: Sorocaba / São Paulo / São José do Rio Preto / Santos

Veiculações: Positivas

Análises

Os cursos rápidos e profissionalizantes são destaque no jornal matinal da TV Globo, Bom Dia SP. Em entrada da jornalista que está na região de Sorocaba, é falado sobre o oferecimento dos cursos para os estudantes da rede estadual de ensino, de forma semipresencial.

Os veículos de comunicação impressa e por meio digital destacam de forma diferentes a parceria entre a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, enquanto em Santos o destaque dado pelo jornal A Tribuna foi para o curso de inglês, na região de Rio Preto, o jornal Diário da Região destaca as vagas locais e publica uma longa lista de ~cidades que estão ofertando os cursos na região.

Pontos Positivos

Cada uma da sua forma, os veículos de comunicação trabalham o texto conforme o melhor entendimento para cada região.

Por esse motivo e pelo assunto estar na pauta de maneira positiva, todas as matérias contidas nessa análise tratam do assunto de forma boa para o governo de São Paulo.

Riscos à Imagem

Não foi percebido nenhum risco para a imagem nas análises realizadas.

Sugestões de Estratégias

É comum ao longo de grandes divulgações as assessorias de comunicação manterem textos semelhantes para lidar com o tema. Um texto é aprovado e depois só acrescentar o prazo, as vezes a região, mas o conteúdo é

basicamente o mesmo. Assim, os jornais menores podem continuar realizando a publicação com textos de releases, porém, quanto essa mensagem está sendo absorvida pelo público alvo?

Fazer esse questionamento com frequência possibilita que a assessoria de comunicação faça reformulações capazes de manter o índice de entendimento e interação com a proposta.

Data: 17/09/2020

Veículos: Diário de Sorocaba / Bragança Jornal / Diário do Litoral / Gazeta SP / Jornal de Nova Odessa

Programas/editorias: Geral / Local / Local / Cotidiano / Últimas Notícias

Títulos das matérias: 'Novotec Expresso' abre mais 900 vagas na região de Sorocaba/ Governo de SP abre 30 vagas do programa Novotec Expresso em Bragança Paulista/ Programa abre vagas na Baixada e no Vale/ Programa de cursos gratuitos abre 330 vagas/ Governo abre mais de 500 vagas do programa Novotec Expresso na região de Campinas

Regiões: Sorocaba / Bragança Paulista / Santos / São Paulo / Nova Odessa

Veiculações: Positivas

Análises

A divulgação do release sobre o programa Novotec é destaque nos jornais Diário de Sorocaba, Bragança Jornal, Diário do Litoral, Gazeta SP e Jornal de Nova Odessa. Todos os materiais foram baseados nas informações contidas no release de divulgação da Secretaria de Desenvolvimento,

Os textos são informativos e trazem uma visão institucional da iniciativa. Nos jornais de Nova Odessa e Bragança Paulista os jornais destacam com chamada nas capas das edições a oferta de cursos gratuitos com dados focados no oferecimento de vagas para cada região.

Pontos Positivos

Todos os materiais tratam de maneira positiva e com entusiasmo a iniciativa de distribuir cursos técnicos gratuitos. Os jornais que trataram a informação na redação apresentam também uma linha editorial que anuncia de forma positiva o trabalho.

Riscos à Imagem

Não há risco a imagem da Secretaria de Desenvolvimento, tão pouco ao programa Novatec que é lançado com a imprensa mostrando-se em momento muito favorável à iniciativa.

Sugestões de Estratégias

A colocação do Brasil no quesito educação não é alta quando comparada com outros países do mundo. É comum a avaliação de alunos ser colocada distante do ideal, por isso programas como o Novotec são recebidos com tanto entusiasmo pelos formadores de opinião e também pelos cidadãos que esperam atitudes

Data: 18/09/2020

Veículos: Revista ZN / RD Repórter Diário / Assiscity / Hoje Mais / Olhar Digital / Litoral Hoje / Jornal do Comércio

Programas/editorias: Educação / Notícias / Cotidiano / Inovação / Região / Educação / Educação

Títulos das matérias: Governo de SP abre mais de 9 mil vagas para os cursos de qualificação profissional do Programa Novotec Expresso/ Estado abre mais de 2.400 vagas do programa Novotec Expresso/ Governo de SP abre 90 vagas do Programa Novotec Expresso em Assis/ Estado abre mais de 300 vagas do programa Novotec Expresso na região de Araçatuba/ Governo de SP oferece mais de 9 mil vagas para cursos profissionalizantes/ Governo de SP abre 240 vagas para cursos profissionalizantes na Baixada Santista/ 90 vagas para cursos de qualificação profissional são oferecidas em Matão

Regiões: São Paulo / Santo André / Assis / Andradina / São Paulo / Santos / Matão

Veiculações: Positivas

Análises

Nos veículos de comunicação: Revista ZN, Olhar Digital e Repórter Diário o texto geral sobre as quase 9 mil vagas do programa Novatec são destaque. As matérias institucionais descrevem a modalidade e publicam a lista de cursos gratuitos disponíveis para estudantes da rede pública de ensino.

Já os veículos de comunicação Assiscity, Hoje Mais, Litoral Hoje e Jornal do Comércio publicam as versões de divulgação regionalizadas, com número de vagas e informações sobre os cursos do Novotec separados conforme cada região de interesse.

Todos os textos destacam de maneira informativa que a oportunidade de estudos é uma chance para os estudantes buscarem oportunidades de trabalho e que o programa é uma ação do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, em parceria com o Centro Paula Souza e Secretaria de Estado da Educação.

Pontos Positivos

As matérias são completamente positivas para a divulgação a que se propõe o Novotec. Todos os materiais, ainda que reescritos, remetem a distribuição de oportunidades de ensino em todo o território paulista.

mais enérgicas na formulação de práticas educacionais efetivas e que possibilitem que o Brasil assuma melhores colocações no ranking mundial de ensino e econômico.

Mas, para que tudo isso funcione é preciso trazer o estudante para o programa e para isso, a ferramenta de divulgação em jornais impressos é pouco efetiva, já que o público alvo não lê jornais ou revistas impressas e estão cada dia mais distantes de informações longas.

Por isso, a assessoria de comunicação deverá investir em mídias menos convencionais utilizando espaços midiáticos como: sites focados no público jovem, publicações editoriais em redes sociais, tal como o Tik Tok e agregando depoimentos de estudantes que já estão se matriculando para a realização dos cursos.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem nos materiais utilizados para essa análise.

Sugestões de Estratégias

A divulgação regionalizada é um acerto de estratégia e muito importante já que gera, em todas as regiões do Estado, maior proximidade com o tema.

O Novotec pode ser comunicado em camadas e para diversos públicos utilizando estratégias diferentes. Na primeira camada o que se vê são os estudantes, primeiros interessados em realizar a adesão ao programa. No segundo plano, podemos pensar em falar com professores e organização das matérias, veículos especializados de educação costumam acompanhar as alterações pedagógicas e principalmente a oportunidade de ensino público.

Outra camada de divulgação pode ser a divulgação para cadernos de emprego e economia. Com textos que comuniquem a ação a longo prazo e estimativas do governo de como a iniciativa poderá alterar o mercado de trabalho dentro de alguns anos pode-se conseguir espaços nos jornais impressos de economia e em sites especializados na área.

Outra camada a se atingir são os veículos de comunicação internacionais, utilizando a mensagem chave de que o Brasil, mesmo sendo um país com desigualdades, mantém no Estado mais rico do país oportunidades para toda a população, principalmente com melhorias na qualidade do ensino e na forma de acessar o conhecimento.

Data: 19/09/2020

Veículos: TV Globo / O Dia / Gazeta Bragantina / DHoje Interior / Jornal de Jaguariúna / ABC Repórter

Programas/editorias: TEM Notícias 1ª edição / Notícias / Geral / Local / Regional / Cotidiano

Títulos das matérias: Programa Novotec oferece vagas para cursos semipresenciais/ Estado abre mais de 400 vagas do programa/ Bragança tem 30 vagas do programa Novotec Expresso/ Cursos rápidos oferecem 630 vagas na região/ Governo de SP abre mais de 500 vagas do programa Novotec Expresso na região de Campinas/ Governo de SP abre mais de 2.400 vagas do programa Novotec Expresso na Grande São Paulo

Regiões: São José do Rio Preto / Marília / Bragança Paulista / São José do Rio Preto / Jaguariúna / São Caetano do Sul

Veiculações: Positivas

Análises

Título **“Programa Novotec oferece vagas para cursos semipresenciais”**, da TEM Notícias 1ª edição, é matéria de mais de 3 minutos, com duas âncoras em estúdios diferentes, um repórter em externa e Nathália Vido, diretora do Novotec, falando de vídeo gravado do celular dela, em casa. Bom tempo de exposição na TV e em emissora de alta audiência, TV Globo. Os três jornalistas estimulam a população a não perder a chance de inscrição, a diretora Nathália fala quais são os cursos disponíveis para a região de São José do Rio Preto.

Título **“Estado abre mais de 400 vagas do programa”**, do impresso O Dia, traz nota sobre o Novotec com foco na região de Marília.

Título **“Bragança tem 30 vagas do programa Novotec Expresso”**, do impresso Gazeta Bragantina, traz matéria sobre o Novotec, com foco em Bragança, que tem o curso Comunicação e Projeto de Vida oferecido na FATEC.

Título **“Cursos rápidos oferecem 630 vagas na região”**, do impresso DHoje Interior, traz texto sobre o Novotec com foco na região de São José do Rio Preto.

Título **“Governo de SP abre mais de 500 vagas do programa Novotec Expresso na região de Campinas”**, do impresso Jornal de Jaguariúna, tem matéria sobre o Novotec com foco na região de Campinas.

“Governo de SP abre mais de 2.400 vagas do programa Novotec Expresso na Grande São Paulo”, do ABC Repórter, traz nota curta sobre o Novotec com foco na Grande São Paulo.

Nenhuma das veiculações apresenta mais que informações a respeito das datas, modo de inscrição, localidades e cursos.

Pontos Positivos

Todas as matérias ajudam a divulgar o Novotec de forma positiva.

Riscos à Imagem

Nenhum veículo apresentado aqui traz risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma estratégia para inserção na TV é realizar um treinamento com as principais fontes oficiais da pasta relativas ao Novotec para gravações como a que foi apresentada no TEM Notícias com a diretora Nathália Vido. Ela cumpriu bem a demanda, e mais passagens como essa podem ser oferecidas pela assessoria, aumentando a chance de ampliação da matéria. No entanto, as fontes precisam de orientação, suporte para fazer pequenas gravações, com dicas de local adequado, luz, som, maneira de segurar o celular, roupa apropriada etc.

Uma estratégia para veículos regionais é oferecer informações adicionais personalizadas que possam ser incluídas nas informações sobre as inscrições/matrículas do Novotec. Exemplo: dados de quantas turmas já se formaram na região do veículo, de quais cursos, com quantos alunos formados, quantos já absorvidos pelo mercado de trabalho e etc. Assim, além do release, complementam com informações de suas respectivas localidades.

Data: 20/09/2020

Veículos: Todo Dia Americana / Jornal Integração

Programas/editorias: Cotidiano / Educação

Títulos das matérias: Inscrições para cursos do Novotec vão até quarta / Cursos de qualificação profissional

Regiões: Americana/ Tatuí

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

As duas matérias referem-se ao programa Novotec, na modalidade Expresso, que trazia naquela ocasião duas novidades: carga horária total de 90 horas em três meses e formato semipresencial, com cursos nas áreas de Gestão e Negócios, Tecnologia da Informação e Produção Cultural e Design. A matéria do Todo Dia Americana traz fala de Patricia Ellen, Secretária de Desenvolvimento Econômico. Já a matéria do impresso Integração (página 07) traz fala do governador João Dória.

Pontos Positivos

As duas matérias são neutras, trazem a agenda de inscrição do programa, portanto possuem aspecto positivo.

Riscos à Imagem

As matérias não apresentam risco à imagem, servem como serviço ao informar data de inscrição, localidades atendidas e características do Novotec.

Sugestões de Estratégias

O Novotec Expresso é uma resposta à necessidade do estudante de rápida profissionalização para oportunidade de inserção no mercado de trabalho. A sugestão de estratégia é abordar empresas capazes de absorver essa demanda treinada que está se formando. São 28 opções de cursos, em dezenas de cidades, isso rende uma produção de conteúdo - matérias - que pode ser direcionada de forma ampla, em âmbito estadual, ou seja, um conteúdo para todas as mídias, mas também regional. Assim, seriam produzidas matérias dessas empresas absorvendo os novos profissionais formados no Novotec em diversas cidades, e posteriormente entregando à imprensa local de cada região o conteúdo produzido. Então poderia ser feita uma matéria com uma empresa que tenha contratado, por exemplo - hipoteticamente-, um profissional de marketing digital

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

formado no Novotec (ou ainda em curso) na cidade de Americana, de forma que depois esse texto seja replicado como sugestão de pauta ao Todo Dia Americana.

Aqui nessa proposta, a visão do empresário ganha destaque, a opinião dele diante da geração de profissionais que está se formando no Novotec.

No caso de mídias que não absorvem o conteúdo pronto que chega, a sugestão é indicar a pauta com as fontes.

Bom lembrar de levantar dados de desemprego no estado e nas regiões abordadas no conteúdo, especialmente entre os jovens de 18 a 24 anos, para apresentar o atual cenário econômico.

Data: 21/09/2020

Veículos: FDR / Portal Gazeta / G1 / Diário do Litoral

Programas/editorias: Geral / Últimas Notícias / Educação / Local

Títulos das matérias: Fatec oferece curso GRATUITO sobre mídias sociais para alunos da rede pública/
Abertas inscrições para 900 vagas do programa Novotec Expresso na região/ Região de Ribeirão Preto têm
630 vagas em programa com cursos gratuitos de qualificação/ Governo de SP abre 330 vagas em cursos na
região

Regiões: Recife / Votorantim / Ribeirão Preto / Santos

Veiculação: Positiva / Neutra / Neutra / Neutra

Análises

O destaque desta análise fica com o Portal FDR, de Recife, que noticia em outro Estado a possibilidade de cursar uma das atividades online oferecidas pelo Novotec, o curso de mídias sociais.

Já os veículos de comunicação Diário do Litoral, da região de Santos, G1 que embora tenha abrangência nacional, seja citado nesta análise com um material de Ribeirão Preto e Portal Gazeta, são publicados os textos regionais, divulgados pela assessoria de imprensa da Secretaria de Desenvolvimento Econômico que destacam o número de vagas disponibilizados para cada região.

As notas de serviço são informativas e falam de maneira direta sobre vagas e quais os cursos estão sendo oferecidos.

Pontos Positivos

Todas as matérias trazem dados importantes para população, mas a divulgação de um material estadual em um portal de Recife demonstra que o trabalho de educação para um país melhor vai além das fronteiras e São Paulo já presta esse trabalho.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem nestas análises.

Sugestões de Estratégias

É possível verificar como estratégia o uso irrestrito dos programas de rádio jornalísticos para promover o tema e a busca por vagas, porém, é preciso pensar em uma estratégia que atinja também os jovens.

Assim, a busca por podcasts que atendam a esse público será uma forma de promover o Novotec, mas já de forma bastante direcionada. Nos podcasts, a mídia por áudio é ouvida e transmitida quando e onde o ouvinte quiser, por esse motivo é preciso pensar em programas que tenha adesão ao tema do Novotec, que além de educação fala também sobre empregabilidade, mudança de vida e projetos futuros.

Enquadrar o tema de novas possibilidades de renda com ações de mudança de mindset é uma vertente importante e que deve ser explorada para divulgação dos cursos.

Data: 02/10/2020

Veículos: Página Zero / Tribuna Liberal / ABC Repórter / Diário Online / Jornal de Barueri

Programas/editorias: Geral / Nossa Região / Atualidades / Geral / Barueri

Títulos das matérias: Currículos para mutirão virtual com 10 mil vagas de emprego são aceitos só até esta sexta-feira/ Matrículas nos cursos do Novotec Expresso terminam nesta 6a-feira/ Matrículas nos cursos do Novotec Expresso terminam hoje / Novotec Expresso: Matrículas nos cursos terminam hoje / Matrículas nos cursos do Novotec vão até hoje (2)

Regiões: Osasco / Sumaré/ São Caetano do Sul / Tupã / Barueri

Veiculações: Positiva / Neutra / Neutra / Neutra / Neutra

Análises

Título “Currículos para mutirão virtual com 10 mil vagas de emprego são aceitos só até esta sexta-feira”:
Matéria veiculada no impresso e no site Página Zero com informações a respeito do quinto Mutirão de Empregos, que trouxe mais de 10 mil vagas pela plataforma Meu Emprego Vaga Certa. De acordo com fala do governador João Doria, era a maior oferta de vagas de trabalho na história dos mutirões em São Paulo e no Brasil. Texto de serviço, as as indicações de como o trabalhador poderia participar.

Títulos “Matrículas nos cursos do Novotec Expresso terminam nesta 6a-feira”, “Matrículas nos cursos do Novotec Expresso terminam hoje”, “Novotec Expresso: Matrículas nos cursos terminam hoje” e “Matrículas nos cursos do Novotec vão até hoje (2)”: Matérias no impresso Tribuna Liberal, no ABC Repórter, no Diário Online e no site Jornal de Barueri, respectivamente. Todas trazem informações sobre o último dia para matrícula nos cursos do Novotec Expresso baseadas no que a assessoria de comunicação propagou. O Diário Online complementou com informações sobre bolsas do curso de inglês resultado da parceria da Secretaria de Desenvolvimento Econômico firmou parceria com a EF Education First.

Pontos Positivos

As matérias são todas propagadoras de informações recebidas da assessoria de imprensa do Governo, portanto podem ser vistas como positivas.

Riscos à Imagem

As matérias não trazem risco à imagem, todas ajudam a divulgar boas ações do Governo.

Sugestões de Estratégias

Para o primeiro título, a sugestão de estratégia é levantar uma pauta voltada às novas configurações de trabalho que surgiram na pandemia. Então, além de informar o saldo do mutirão, com número de participantes, total de pessoas empregadas num primeiro momento, empresas empregadoras e etc, apresentar também a possibilidade da imprensa entrevistar trabalhadores e empresas que fizeram todo o processo de seleção, entrevista, contratação e primeiros dias de trabalho de forma virtual, muito diferente do que ocorreu no ano anterior. Assim, mostra que apesar das mazelas da pandemia, o mutirão continuou atuando com essencial importância, e agora até mais, pois a população lida com a crise econômica e empregabilidade afetada.

Para os outros títulos, a sugestão é avaliar cada rede social dos veículos, entender quais têm abertura para uma proposta de conteúdo e oferecer algo personalizado. Por exemplo: o Instagram do Jornal de Barueri tem mais de 20 mil seguidores e em seus stories uma jornalista anuncia algumas notícias. No dia 03/8/21 essa repórter anunciou vagas para os cursos livres de oficinas de arte da secretaria de cultura de Barueri, além de vagas de emprego em uma empresa (Renner) e pedido de doação de sangue para um hospital. Sabendo dessa dinâmica do veículo, a estratégia é incluir informações sobre o Novotec nesse valioso espaço. Cada rede social de interesse da Comunicação pode ser estudada para ser incluída nas estratégias de divulgação.

Data: 05/10/2020

Veículos: G1 / RCI / Folha de S. Paulo Online / Giro S/A / SB Notícias / Pais & Filhos / Jornal da Orla

Programas/editorias: Educação / Local / Coluna Paineis / Metrópole / Educação / Família / Notícias

Títulos das matérias: Em SP, 14 mil alunos vão migrar de escolas particulares para a rede estadual e 12,6 mil para escolas municipais da capital / Volta às aulas opcional ocorre a partir desta quarta-feira (7) / Dória deve liberar ao menos meio bilhão em emendas para deputados para aprovar PL de ajuste fiscal/ Rede estadual de ensino abre inscrições para matrículas de 2021/ Matrículas para ano letivo 2021 na rede estadual começam nesta 3ª feira / Matrículas para o ano letivo de 2021 da rede estadual de São Paulo estão abertas / Matrículas para rede estadual de ensino serão abertas na terça-feira

Regiões: Nacional / Araraquara / Nacional / São Paulo / Santa Bárbara d'Oeste / Nacional / Santos

Veiculações: Neutra / Neutra / Negativa / Neutra / Neutra / Neutra / Neutra

Análises

Título “Em SP, 14 mil alunos vão migrar de escolas particulares para a rede estadual e 12,6 mil para escolas municipais da capital”: A matéria do G1 tem texto e vídeo que se casam. Reúne a transição de estudantes de escola privada para a pública - com personagem como exemplo - o cronograma de matrículas, a previsão de retorno às aulas presenciais e o oferecimento de atividades opcionais, como o reforço escolar. No vídeo do link, do jornal SPTV, a matéria anuncia o começo das matrículas na rede estadual. Na sequência, anuncia mais medidas do Governo e chama para a repórter que traz matéria com personagens, fala do secretário Rossieli, e do especialista em educação, Ivan Gontijo.

Título “Volta às aulas opcional ocorre a partir desta quarta-feira (7)”: Do site RCI, a matéria traz a informação mais quente no título, mas também discorre sobre a abertura do período de matrículas para o ano letivo de 2021, onde famílias poderão optar por curso de idiomas, ensino médio integrado, 4º ano opcional do ensino médio e escola em tempo integral. Tem fala do secretário Rossieli Soares e do governador João Dória.

Título “Dória deve liberar ao menos meio bilhão em emendas para deputados para aprovar PL de ajuste fiscal”: Do Folha de S. Paulo On-line, na coluna Paineis, texto com tom denunciativo em que João Dória é acusado de executar no mínimo R\$ 500 milhões em emendas de deputados em 2021, e utilizá-las como moeda de negociação para que o projeto, que corta recursos de universidades e extingue autarquias, seja aprovado. As emendas não implicam em mais gastos de recursos do estado, mas tiram a autonomia do governo em relação a que obras ou eventos que serão realizados. A acusação é respondida com uma nota que afirma que as alegações são falsas.

Títulos “Rede estadual de ensino abre inscrições para matrículas de 2021”, “Matrículas para ano letivo 2021 na rede estadual começam nesta 3ª feira”, “Matrículas para o ano letivo de 2021 da rede estadual de São Paulo estão abertas” e “Matrículas para rede estadual de ensino serão abertas na terça-feira”: São dos veículos Giro S/A, SB Notícias, Pais & Filhos e Jornal da Orla, e são todas voltadas à divulgação da rematrícula e matrícula no sistema estadual, além de informar sobre a volta às aulas presenciais, e iniciativas como o reforço escolar e o Novotec.

Pontos Positivos

Para as matérias neutras, a ampla divulgação, com audiências importantes, da agenda da Educação, é muito positiva. A matéria da Folha, que é negativa, não possui ponto positivo.

Riscos à Imagem

Não há riscos à imagem nas matérias neutras. Já o texto do blog Painei, da Folha, traz uma acusação ao Governo, portanto é um risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

O texto negativo da Folha, em sua coluna Painei, exige estratégia de reparação. O ideal teria sido a denúncia ser respondida com uma indicação de entrevista com fonte capaz de esclarecer a suposta utilização de emendas como moeda de negociação. O texto da coluna apresenta nota do Governo explicando que não oferece emendas, paga conforme o previsto no orçamento, o que teria sido melhor refutado entre aspas, na fala de alguém do Governo. Uma resposta “em nota” pode parecer que não teve preocupação por parte do Governo em prestar um esclarecimento real à acusação. Para reparar, a sugestão é articular uma prestação de contas dentro do âmbito levantado, com fonte disponível para responder à perguntas dos jornalistas que produzem o conteúdo do Painei.

Já em relação às matérias neutras, a estratégia é oferecer à imprensa a fala de profissionais não necessariamente ligados ao Governo que possam corroborar a boa iniciativa do reforço escolar e do Novotec, por exemplo. O G1 ouviu um especialista em educação para falar do reforço escolar e foi uma ideia valiosa.

Data: 07/10/2020

Veículos: SBT / TV Vanguarda / O Imparcial / JE Online

Programas/editorias: Noticiadades / Jornal da Vanguarda / Cidades / Geral

Títulos das matérias: Trecho de coletiva de imprensa do governador João Dória sobre NovoTec integrado/ SP: NovoTec está com inscrições abertas em todo o estado/ Volta às aulas opcional ocorre a partir desta quarta-feira (7)/ Governo de SP promove expansão do ensino técnico integrado ao médio

Regiões: Itapetininga / Vale do Paraíba / Araraquara / São Roque

Veiculação: Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

Análises

SBT e TV Vanguarda, ambas do interior de São Paulo, publicam imagens da coletiva em que é anunciado 23.040 vagas para cursos técnicos gratuitos. O governador João Dória faz o anúncio

Já o jornal O Imparcial de Presidente Prudente a publicação é grande e integralmente trata dos anúncios feitos pelo governo do Estado, porém destaca o retorno às aulas presenciais no título e no lead da matéria.

Na publicação on-line JE, que atende a região de São Roque o destaque é a ampliação do ensino técnico integrado ao ensino médio nas escolas estaduais de todo São Paulo.

Pontos Positivos

Principalmente no conteúdo veiculado pelo SBT em que o anúncio é transmitido ao vivo e feito pelo governador João Dória há uma comunicação bem articulada e integrada que consegue transmitir a seriedade e grandiosidade do projeto.

Riscos à Imagem

Em Presidente Prudente, onde há uma grande discussão sobre o retorno das aulas presenciais, a matéria é iniciada pelo ponto de atrito entre a população e o governo do estado.

É possível que o leitor menos atento se perca nessa narrativa e não verifique que há um novo formato em andamento, acelerado pela pandemia, mas pensado e organizado por anos por diversos gestores do setor de educação.

Sugestões de Estratégias

O período pandêmico permitiu que muitas famílias ficassem mais próximas da educação das crianças. Assim, ficou clara a necessidade de mudança no ensino público, para aproximar a juventude dos trabalhos.

Por isso, é importante usar o espaço de discussão e comportamento para inserir a proposta do Novotec. As famílias entendem a necessidade de mudança, mais hoje do que nunca, um bom espaço que é possível acessar, são os programas de entretenimento/jornalísticos ou as revistas televisivas, tais como Fantástico ou Domingo Espetacular, que tratam muito de comportamentos humanos.

Uma pauta possível aqui seria discutir; Como a família vislumbra o futuro de um jovem hoje com 12 anos? E fazer um debate divertido entre pais e filhos, até usando o assunto do momento. Os cringes X Milleniuns e principalmente, como o novo ensino técnico muito mais tecnológico pode gerar possibilidades que ninguém percebe.

Data: 18/10/2020

Veículos: Interior Penápolis / O Liberal / Cruzeiro do Sul / Jornal Tribuna / Jundiaí Agora

Programas/editorias: Geral / Local / Cotidiano / Integrado / Local

Títulos das matérias: Prorrogadas as inscrições para as 920 vagas do programa Novotec na região /

Inscrições do Novotec são prorrogadas / Cursos técnicos do Novotec têm inscrições prorrogadas/ Novotec tem 600 vagas na região / NOVOTEC INTEGRADO tem vagas para Jundiaí e região

Regiões: Penápolis/ Americana / Sorocaba / Ribeirão Preto / Jundiaí

Veiculação: Positiva / Positiva / Positiva /Positiva /Positiva

Análises

Ampliação do prazo para inscrição no Novotec é destaque nos jornais Interior Penápolis, O Liberal de Americana e Cruzeiro do Sul de Sorocaba. Os veículos de comunicação que circulam no interior do Estado destacam a oferta de vagas locais e mostram quais são os cursos disponíveis que ainda estão com vagas abertas para os interessados.

No portal de notícias do jornal Jundiaí Agora e na publicação impressa do jornal Tribuna, da cidade de Ribeirão Preto fica destacado o release governamental com detalhes regionais, mas que também divulga o tamanho do projeto publicando a presença da iniciativa em 241 municípios em todo Estado de São Paulo.

Pontos Positivos

Todos os conteúdos analisados tratam de maneira positiva o advento de vagas de ensino para estudantes da rede pública em todo o Estado de São Paulo.

Destaque para as chamadas de capa nos periódicos que evidenciam como é visto com bons olhos pela imprensa a iniciativa de ofertar cursos técnicos para os alunos do Ensino Médio.

Riscos à Imagem

Não foi detectado nenhum risco à imagem da instituição.

Sugestões de Estratégias

A cada publicação que replica o release da assessoria de comunicação fica clara a importância de uma escrita que seja coerente e que leve a mensagem chave da assessoria para todos os jornais.

Com o tema Novotec há uma unanimidade nos jornais no interior do Estado em replicar o tema tal qual ele foi escrito pela assessoria de comunicação. Isto é positivo à medida que o texto pode ser escrito com uma

linguagem simples e acessível a ponto de atingir os diversos cidadãos do Estado. Porém, será requisitado da assessoria um grande comprometimento com a escrita, que deve olhar para cada região diferente do Estado e traçar uma estratégia que faça sentido para o morador de Santos, por exemplo.

Quem mora no litoral pode querer cursar disciplinas diferentes do que quem vive em Presidente Prudente. Por isso, uma interface consistente com a assessoria de comunicação da Secretaria de Educação do Estado possibilitará que ao divulgar o curso para a determinada região, já tenhamos uma ideia de como anda a aptidão daquela região. A educação do estado é o único órgão público que mantém unidades em todos os municípios, por isso, deve ser sempre ouvida.

Data: 27/10/2020

Veículos: TV Globo

Programas/editorias: Bom Dia Cidade

Títulos das matérias: Novotec Integrado

Regiões: Ribeirão Preto

Veiculação: Positiva

Análises

Novotec Integrado - Matéria de serviço de 1m17s em jornal na TV, em externa com repórter respondendo ao âncora, em frente a uma Etec, para informar sobre programa de ensino com 440 vagas distribuídas em 7 cidades na região de Franca. As vagas são para três cursos técnicos do Novotec - que é uma modalidade na qual o aluno consegue cursar os ensinos Médio e Técnico ao mesmo tempo e na mesma escola. Os cursos são para as áreas de administração, desenvolvimento de sistemas e informática para a internet. Os estudantes do nono ano do Ensino Fundamental das redes estadual, municipal e privada podem se inscrever gratuitamente. Não é preciso fazer prova para concorrer a uma vaga.

A matéria apenas transmite essas informações.

Pontos Positivos

A divulgação da abertura de matrículas é positiva, visto que promove a adesão popular ao programa. A matéria na TV, em jornal da manhã, em canal de grande audiência, alcança muito público.

Riscos à Imagem

É uma matéria meramente informativa, de serviço, reproduzindo o que foi divulgado em release, não há risco para a imagem.

Sugestões de Estratégias

Um caminho para acompanhar o Novotec e ampliar sua divulgação na mídia é não só apurar e propagar os números do programa, mas manter um banco de personagens com suas histórias de vida que possam ser apresentadas aos veículos como opções para entrevistas. Esses personagens devem ser de diferentes cidades, para atender as necessidades da imprensa em suas localidades. A estratégia sugerida é humanizar o programa: quem são esses estudantes que recorrem ao Novotec? Qual modalidade do programa escolheram? O que eles almejam, estudam qual curso? Já estão estagiando? Contribuem com as despesas da casa ou reservam para

despesas próprias? Acompanhar esses estudantes é interessante para se ter em mãos jornadas que podem ser replicadas, que acabam por corroborar as intenções da iniciativa.

Ad

GA

Data: 13/11/2020

Veículos: O Progresso / A Tribuna Liberal

Programas/editorias: Local / Educação

Títulos das matérias: Etec. 'S. Gomes' promove Portes Abertas virtuais ineditamente/ Aluno da região tem até dia 30 para se inscrever no Novotec Integrado

Regiões: Tatuí / Sumaré

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

Título "**Etec. 'S. Gomes' promove Portes Abertas virtuais ineditamente**": matéria dividida em três extensas colunas no impresso O Progresso, com informações colhidas em nota da Etec a respeito de evento feito para divulgar as formações oferecidas na Etec Sales Gomes e seus respectivos mercados de trabalho. O evento é chamado de EPA - Etec de Portas Abertas, e pela primeira vez aconteceu de forma online, devido à pandemia do coronavírus. Ele aconteceu de segunda a sexta e contou com professores e coordenadores dos cursos, além de ex-alunos formados técnicos e atuantes no mercado de trabalho. O texto trazia o calendário das falas de cada um.

Título "**Aluno da região tem até dia 30 para se inscrever no Novotec Integrado**": O texto é reprodução de informações fornecidas pela assessoria de imprensa e fala sobre vagas na região de Campinas para cursos do Novotec Integrado. A matéria está completa, com todas as informações necessárias para a compreensão de como se inscrever e o que o novotec é.

Pontos Positivos

As duas matérias propagam os cursos técnicos e gratuitos oferecidos, portanto são positivas.

Riscos à Imagem

Não há riscos à imagem em nenhum dos textos.

Sugestões de Estratégias

A estratégia para as duas matérias é fornecer aos veículos fontes ligadas à Etec e Novotec que possam humanizar os textos. No caso do primeiro texto, o jornal coloca uma aspa alegando ser de nota da escola. No caso do segundo texto, ficou com tom institucional. Cumpre bem a função de informar, mas não possui aspecto humano.

Para o primeiro veículo, uma possibilidade é oferecer ao veículo a fala de uma das professoras palestrantes no evento, além de fala de algum ex-aluno escalado para falar de sua experiência nas mesas.

Para o segundo veículo, a oferta de fonte para fala é de algum profissional do Novotec que possa dar uma informação não dita na nota propagada, como algo mais humano, mais voltado à importância dos cursos e a atuação dos jovens no mercado de trabalho após se formarem.

Data: 20/11/2020

Veículos: Jornal Votura / Jornal O Regional Online

Programas/editorias: Notícias / Últimas Notícias

Títulos das matérias: Prazo para matrícula de alunos da rede estadual de SP é prorrogado novamente / Escola Estadual Ângelo Franzin será Polo da Novotec

Regiões: Indaiatuba / Águas de São Pedro

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

Título **“Prazo para matrícula de alunos da rede estadual de SP é prorrogado novamente”**: Matéria no impresso Jornal Votura informando a nova oportunidade de manifestar interesse em permanecer na escola onde estuda na rede pública. A solicitação devia ser feita pelo aplicativo Minha Escola SP ou através da plataforma (SED). Mas o prazo para novos alunos permanecia o mesmo, que era 30 de outubro. No momento na matrícula, podia ser solicitadas oportunidades adicionais como os cursos de idiomas, o modelo de ensino técnico do Novotec, o 4o ano opcional do ensino médio. A matéria dividida em quatro colunas possui sub sobre o reforço escolar e o quarto ano, e sub sobre o Novotec.

Título **“Escola Estadual Ângelo Franzin será Polo da Novotec”**: Matéria do site Jornal O Regional informa que a escola Ângelo Franzin, além de passar a funcionar em período integral, também integrará o programa Novotec. Assim, os alunos que ingressarem ao Ensino Médio no próximo ano (2021) receberão, além do certificado do Ensino Médio Regular, também a certificação do Técnico em Administração.

Pontos Positivos

As duas matérias são positivas, uma divulga agenda, a outra informa mais uma escola integrante do polo Novotec.

Riscos à Imagem

Os textos não trazem risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Para a primeira matéria, a estratégia é oferecer ao veículo dados regionais do Novotec, no caso da região de Indaiatuba e entorno, apresentando as vagas e escolas do programa que atendem a localidade. Assim, o jornal pode complementar a sub que fala sobre o [Novotec, ou mesmo mudar o enfoque dado a ele no texto.

Para a segunda matéria, a estratégia é fornecer todas as informações já prontas do Novotec para o site, que apesar de espaço para mais informações, mal explicou o que é o Novotec e como sua adoção na escola citada podia ser benéfica para a juventude local. O texto ficou limitado como uma nota pequena, a assessoria poderia sugerir ao portal uma interação entre ela e ele que facilitasse a entrega de material útil para divulgação das ações da Secretaria de Desenvolvimento, como o Novotec.

O Novotec mostra-se uma grande ferramenta para garantir a empregabilidade em tempos de crise, uma alternativa seria também provocar veículos de comunicação de outros Estados brasileiros com matérias mostrando que os profissionais de São Paulo recebem melhor formação. O release poderia impactar principalmente nas editorias de economia e educação.

Data: 23/11/2020

Veículos: Diário da Região Online

Programas/editorias: Geral

Títulos das matérias: Escolas técnicas abrem 2,8 mil vagas para cursos na região de Rio Preto

Regiões: São José do Rio Preto

Veiculação: Positiva

Análises

Materia de divulgação da abertura de vagas em cursos técnicos, com destaque para o Novotec como opção de integração da profissionalização ao Ensino Médio, dando ênfase às vagas em São José do Rio Preto, região do Diário On-line. O texto explica que o processo não exige realização de prova, a classificação seria feita por meio da análise do histórico escolar de cada candidato. A nova modalidade de ranqueamento foi uma saída encontrada para executar o processo seletivo a distância. O próprio aluno seria o responsável por inserir as notas do currículo escolar na inscrição para o curso da Etec escolhida.

O texto tem fala de Erika Queiroz, professora e coordenadora da Etec Philadelpho Goveia Netto, que falou também sobre a possibilidade de aula presencial ou híbrida.

Pontos Positivos

A matéria replica uma informação relevante à sociedade, de serviço, então é considerada positiva.

Riscos à Imagem

A matéria não possui risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

A estratégia para o Novotec no novo contexto em que vivemos é produzir conteúdo para replicar à mídia que explique como as aulas estão acontecendo (ou estão sendo configuradas para acontecer). A rede de ensino, pública e privada, volta gradualmente ao sistema presencial, então é importante atualizar a sociedade de como os cursos do Novotec passarão a ser oferecidos. A fonte da matéria, Erika Queiroz, reforçou que o modo on-line permaneceria, cada aluno continuaria estudando de casa, acompanhando as aulas pela internet. Mas uma questão bem pertinente ficou pendente: todos os alunos conseguem acesso a ferramentas de estudo, como PC, celular ou tablet? E também internet wifi? Se os cursos oferecidos são para jovens de escolas públicas, e que justamente necessitam de profissionalização para já serem inseridos no mercado de trabalho,

então lidamos com estudantes que podem estar com dificuldades de acompanhar as aulas. Nesse sentido, a estratégia é antecipar o questionamento da mídia em relação à eficácia do curso. Antes, com as medidas restritivas do coronavírus, esperava-se que fosse tudo online por segurança. Mas com a juventude prestes a se vacinar em todo o Estado, a normalidade começa a despontar e o presencial será solicitado.

Se os cursos forem oferecidos ainda online, já que assim foram formatados, de modo que atendam várias cidades de uma só vez, escolas poderão acolher os estudantes em suas salas de informática para que possam assistir às aulas? Seria bom preparar os envolvidos no programa para este cenário.

Data: 25/11/2020

Veículos: Rádio Educativa 105,9 FM / RMC

Programas/editorias: Jornal Local / Geral

Títulos das matérias: Entrevista com a secretária de Desenvolvimento Econômico, Patrícia Ellen/ Etecs abrem inscrições para Vestibulinho do primeiro semestre de 2021

Regiões: Piracicaba / São Paulo

Veiculações: Positiva / Neutra

Análises

Título **“Entrevista com a secretária de Desenvolvimento Econômico, Patrícia Ellen”**: Entrevista de mais de nove minutos na Rádio Educativa 105,9 FM com a secretária de Desenvolvimento Econômico Patrícia Ellen. A secretária fala sobre o investimento de R\$ 86 milhões para a construção e/ou reforma de Etecs e Fatecs, considerando a região de Piracicaba uma das grandes prioridades para a ação, com quase R\$ 10 milhões investidos. A secretária também salienta a importância do ensino técnico como conexão direta com o mercado de trabalho, citando o Novotec. Patrícia Ellen discorre sobre a pesquisa realizada antes da pandemia que aponta que uma das razões que faria com estudantes se mantivessem e concluíssem o ensino médio, seria uma melhor conexão da escola com o mundo do trabalho. A parte que mais chama atenção da entrevista, já ao fim, é quando Patrícia Ellen para de dar dados institucionais e fala que tocava uma empresa de tecnologia em saúde e procurava por jovens que tinham diploma numa Etec ou Fatec, por serem profissionais que já saem extremamente qualificados para assumir uma função de trabalho.

Título **“Etecs abrem inscrições para Vestibulinho do primeiro semestre de 2021”**: Matéria de serviço do RMC Urgente com todas as informações para quem ia concorrer a uma vaga em Etec no primeiro semestre de 2021. A inscrição era feita exclusivamente no site do Vestibulinho, que oferece 86.149 vagas, distribuídas entre os Ensinos Médio, Técnico, Integrado e Especialização Técnica. A novidade que mais chama a atenção é a divulgação no texto de um curso inédito até então no programa, o de Comércio Exterior, com 40 vagas no período da noite na Etec Escolástica Rosa, na região de Santos.

Pontos Positivos

A entrevista da secretária Patrícia Ellen é positiva, ela teve a oportunidade de informar muitos dados do investimento feito no ensino técnico e a sua importância na vida do jovem da escola pública.

A matéria com informações de inscrições para cursos técnicos é positiva.

Riscos à Imagem

Nenhuma das duas matérias apresentam risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Uma estratégia a ser pensada para as entrevistas que surgirão: a assessoria poderia solicitar à Secretaria de Desenvolvimento um levantamento de empregabilidade dos jovens formados nas Etecs/Fatecs e no Novotec. É uma extensa pesquisa, um acompanhamento minucioso que revelaria o panorama do mercado de trabalho com esses jovens profissionais sendo absorvidos - ou não - pelas empresas. Na entrevista da secretária Patrícia Ellen, muitos dados foram apresentados, mostrando que o programa Novotec está se ampliando, agora resta saber como está o resultado disso, se os formados já geram renda, já atuam no mercado, já progrediram. Com dados regionais em mãos, é possível trabalhar a sugestão de pauta aos veículos das localidades e gerar matérias que rendem destaque, como capa para impresso e home para os portais.

Para a segunda matéria, a estratégia é criar pauta para a imprensa sobre o novo curso técnico - o de Comércio Exterior. Oferecido perto do Porto de Santos, "um dos mais importantes complexos de importação e exportação de mercadorias da América Latina", como diz a matéria do RMC, parece uma oportunidade imperdível a jovens da região sem muitas perspectivas de atuar nesse mercado sem uma profissionalização. Especialmente jovens da escola pública. Assim, é interessante levantar os responsáveis pelo curso, perguntar o que é oferecido nessa capacitação, como os novos profissionais podem ser absorvidos nesse mercado.

Data: 08/12/2020

Veículos: Jornais Virtuais / JC Concursos / Segs

Programas/editorias: Geral / Geral / Educação

Títulos das matérias: veja dicas para escolha do curso nas Etecs e Fatecs/ Vestibular 2021: veja dicas para escolha do curso nas Etecs e Fatecs/ Vestibulinho e Vestibular 2021: veja dicas para escolha do curso nas Etecs e Fatecs

Regiões: Nacional / São Paulo / Santos

Veiculação: Neutra / Neutra / Neutra

Análises

As reportagens publicadas nos veículos digitais, Jornais Virtuais, JC Concursos e SEGs foram geradas a partir da fonte de informação de um release sobre dicas para que os jovens escolham os cursos mais adequados aos seus perfis.

Os textos estão focados em falar de vagas técnicas para os chamados Vestibulinhos que estão focados em oportunidades para estudantes do ensino médio e técnico com idades a partir de 15 anos, mas também destaca o oferecimento de vagas para cursos on-line e para tecnólogos, oferecido para pessoas que já fizeram um curso superior. .

Os textos explicam como os alunos podem fazer para estarem alinhados com as melhores oportunidades para suas vidas.

Pontos Positivos

A matéria replica uma informação relevante e com enfoque de informação necessário.

Riscos à Imagem

Não é um risco para a imagem do órgão, mas é um complicador para a ação de falar sobre vestibular em dezembro. Momento em que está em andamento muitas formaturas e um clima de festas.

Sugestões de Estratégias

As ações de comunicação atualmente, transcendem o trabalho diário de contato com os jornalistas de imprensa, principalmente se o foco for atingir ao público mais jovem e menos propenso a realizar leituras ou acompanhar os noticiários.

Por isso, caberá a assessoria de imprensa buscar espaços criativos e de melhor adesão a esse público, como os programas no canal Youtube, criado e mantidos por pessoas com idades parecidas dos estudantes que estão aptos a realizar o vestibular nos cursos técnicos das ETECs.

Essa estratégia, requer um plano de comunicação que observe bem o tipo de comunicação realizado pelo influenciador, para que em primeiro lugar a mensagem da Secretaria e do ensino público seja protegida. Após um levantamento sobre quais os canais mais adequados um plano de comunicação e até produtos em vídeo podem ser pensado em parceria com esses influenciadores, que usaram os espaços em seus canais para lançar desafios que chamem a atenção do público jovem para a formação de qualidade oferecida pelas ETECs,

Dentro das possibilidades, ainda é possível sugerir que os influenciadores recebam alunos que já fazem parte do corpo estudantil das unidades de ensino para concederem entrevistas divertidas falando do cotidiano das atividades e da possibilidade de crescer e ter um futuro diferente.

Data: 09/12/2020

Veículos: ABC do ABC / Portal R3 / Portal Mix Vale

Programas/editorias: Geral

Títulos das matérias: Doria entrega mais de R\$ 57 milhões em investimentos no Vale do Ribeira/ Doria entrega mais de R\$ 57 milhões em investimentos no Vale do Ribeira/ Governo de SP entrega mais de R\$ 57 milhões em investimentos no Vale do Ribeira

Regiões: Santo André / Registro / Vale do Ribeira

Veiculação: Positiva / Positiva/ Positiva

Análises

Os três veículos de comunicação trabalham a pauta sobre o programa “Vale do Futuro”. Os textos são bastante parecidos e com conteúdo muito semelhante que repercute nos veículos, ABC do ABC, Portal R3 e Portal Mix Vale.

O investimento de R\$57 milhões não está focado em educação, mas sim em diversas ações que vão desde a construção de uma penitenciária até a expansão de ações do Novotec.

Pontos Positivos

As matérias por serem redigidas a partir de um release mostram sempre uma mensagem chave: A busca por qualificar a mão de obra paulista.

Com esse trabalho, a assessoria de comunicação consegue criar uma voz única através do trabalho de divulgação do Novotec promovendo uma visão uníssona em todos os cantos do Estado.

Riscos à Imagem

Não foi percebido risco à imagem nos textos analisados.

Sugestões de Estratégias

O trabalho de melhoria para a região do Vale do Ribeiro merece ser explorado em várias frentes, principalmente na de meio ambiente e preocupação com a educação ambiental.

Enquanto o Brasil vai na contramão dos países desenvolvidos e atua reduzindo o cerco do desmatamento e nas questões ecológicas, São Paulo aposta em um grande programa para manter uma das regiões mais intocadas do Brasil como está.

O Vale do Ribeira representa um importante bioma e tem uma população que sente prazer em permanecer no local, além de ser um marco histórico mundial, já que abriga diversas famílias quilombolas.

Por isso, cabe neste ponto pensar em uma estratégia de divulgação que seja internacional e capaz de demonstrar o quão é importante e necessário que a educação faça parte do processo de empoderamento de uma população.

Pode-se pensar em entrevistas direcionadas a secretária Patricia Eller com agências internacionais tais como: Reuters e EFE que abordarão não o grande investimento, mas sim o futuro que este trabalho pretende gerar na região.

Data: 10/12/2020

Veículos: Esquerda Diário / Diário Comercial

Programas/editorias: Geral / Desenvolvimento Econômico

Títulos das matérias: Doria avança com a reforma do ensino médio em SP: é preciso enfrentar essa reestruturação/ Governo de São Paulo investe R\$ 57 milhões no Vale do Ribeira

Regiões: São Paulo / Vale do Ribeira

Veiculação: Negativa / Positiva

Análises

A matéria do Portal Esquerda Diário noticia os anúncios relacionados à educação e evidenciam a visão de que o Novo Ensino Médio lançado pelo Governo do Estado de São Paulo pode significar a digitalização e privatização do ensino básico, conforme prevê a Base Nacional Comum Curricular.

O material é extenso e conta com vários intertítulos que anunciam que o projeto educacional lançado pelo governo do estado irá representar um grande retrocesso educacional, apontando para a direção inequívoca da precarização do trabalho.

Já no Diário Comercial é divulgado o texto sobre o projeto “Vale do Futuro” que trata sobre a formulação de uma agenda positiva para o todo o Vale do Ribeira a fim de promover progresso para a região mais pobre do Estado de São Paulo.

Pontos Positivos

Os pontos positivos estão presentes na matéria do Diário do Comércio que reforçam o projeto Vale do Futuro e sua estruturação positiva para a comunidade do Vale do Ribeira.

Riscos à Imagem

O Novotec é parte de uma mudança na postura do educar no Brasil. Porém, em nenhum material isso é mencionado ou lembrado.

O governo parece lançar algo sem embasamento teórico, apenas focado em atender uma demanda por mais mão de obra, o que pode ser muito perigoso para a imagem de um projeto que inova e conversa com as novas demandas sociais.

Sugestões de Estratégias

Para evitar que o Novotec receba um selo negativo será preciso uma estratégia de reconstrução histórica que legitime e converta o trabalho de anos de pesquisas de gestores públicos da área da educação em material de comunicação.

Neste ponto, caberá à assessoria de comunicação escolher os melhores caminhos para avançar na divulgação. Uma possibilidade seria utilizar a mídia especializada em educação, que cobriu amplamente as discussões sobre a Base Comum Curricular e gerar engajamento com esses jornalistas através de reuniões virtuais, que tratam do tema. Mas não apenas dando número de vagas e locais de cursos, mas mostrando como foi pensado, gerado e executado o projeto.

Data: 11/12/2020

Veículos: Costa Norte

Programas/editorias: Geral

Títulos das matérias: São Paulo entrega primeira penitenciária do Vale do Ribeira

Regiões: Vale do Ribeira

Veiculação: Positiva

Análises

É destaque no jornal Costa Norte que circula online pela região do Vale do Ribeira a visita realizada pelo governador João Dória. A publicação menciona os vários investimentos que o governo do estado está realizando na região e destaca no título a inauguração de um presídio que foi instalado na região.

O jornal também fala sobre o projeto criado para a região com o nome de Vale do Futuro que prevê investimentos na região a fim de impulsionar o desenvolvimento social e econômico na região. Parte do plano está sendo desenvolvido pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado e foi apresentado pela secretária Patrícia Ellen ao público presente.

Pontos Positivos

O material compila uma série de ações que estão sendo desenvolvidas para a região. É completamente positiva a abordagem comunicacional dada ao material que destaca as ações do ponto de vista governamental e traz no lead do material dados de investimento e a preocupação com o desenvolvimento social na região.

Riscos à Imagem

Sem colocar na matéria uma entrevista com algum morador da região ou uma agente local mais ligado à comunidade, o material perde um pouco o caráter jornalístico e fica mais parecido com uma ação de marketing. O que pode reduzir o entendimento do público sobre a opinião de pessoas que vivem na região.

Sugestões de Estratégias

Um programa do tamanho do Vale do Futuro e com as conotações políticas implicadas na realização merece que tenha um plano de comunicação detalhado e meticuloso que vislumbre além da região na hora de informar,

Em meio a maior crise sanitária da história, projetos e ações positivos precisam ser divulgados à exaustão, mas também de forma criativa e bem explicada para que a imprensa tenha interesse e faça chegar até a população a mensagem chave programada pelo Governo.

Por isso, o Vale do Futuro deve ter um plano de comunicação que seja iniciado um documento que vislumbre a mensagem chave e a partir dela analise quais os melhores locais de divulgação para essa mensagem.

Na região onde irá ocorrer a ação, um trabalho off-line, isto é, com cartazes, manuais de instrução e cartilhas informativas pode ser útil para que a população do Vale do Ribeira tenha acesso a informação.

Mas também será preciso observar a magnitude da ação e preparar textos em variados idiomas, principalmente em inglês com a finalidade de divulgar mundialmente as medidas de proteção da população

da parte natural da região, grande legado que pode ser comparado ao desleixo do trato das questões ambientais em relação ao governo federal.

Data: 29/12/2020

Veículos: Tribuna de Botucatu / ABC do ABC

Programas/editorias: Educação

Títulos das matérias: Escolas Técnicas e as Faculdades de Tecnologia do Centro Paula Souza fazem retrospectiva de 2020/ Retrospectiva 2020: confira os fatos que viraram notícia

Regiões: Botucatu / Santo André

Veiculações: Positivas

Análises

As duas reportagens tratam da divulgação das atividades que ocorreram mês a mês no Centro Paula Souza e órgãos correlatos à Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo.

Tanto em Botucatu, no jornal Tribuna de Botucatu, quanto na publicação do ABC do ABC é destacado os acontecimentos por mês como no release de divulgação, disponível na página da Secretaria de Desenvolvimento.

Pontos Positivos

É muito importante que seja prestado contas a população do que ocorreu ao longo do ano com as ETECs, FATECs e Centro Paula Souza, por isso, esse material é uma boa lembrança que pode ser utilizada mais vezes.

Riscos à Imagem

As matérias não possuem risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

É importante usar datas comemorativas para emplacar pautas de menor relevância mas que mantenham em alta as informações sobre as ações da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e órgãos correlatos.

Utilizar a divulgação do mês a mês é bastante interessante e também pode ser levada para outros formatos, chamando jovens que participaram dos cursos para darem seus depoimentos.

Por exemplo, seria interessante encontrar em dezembro uma pessoa que cursou gratuitamente alguma atividade em janeiro e hoje atua na área. Esse personagem poderia compor vídeos a serem divulgados nas redes sociais e também ser um personagem para a formatação e edição de uma matéria jornalística preferencialmente em um programa de TV que circule em todo Estado e até em território nacional.

Outra proposta seria colher depoimentos locais das ETECs espalhadas por todo Estado e converter esse material em nível regional, humanizando as ações e mostrando quem efetivamente participou e promoveu atividades que mudaram a vida pessoal e muitas vezes também de suas comunidades.

Data: 31/12/2020

Veículos: Z1 Portal

Programas/editorias: Geral/ Região

Títulos das matérias: Sumaré: Pelo quarto ano consecutivo, município cresce e recebe investimentos em todas as áreas

Regiões: Inadaiatuba

Veiculação: Positiva

Análises

O Portal Z1 da cidade de Sumaré destaca no último dia do ano os avanços que ocorreram na região ao longo de 2020.

O texto, parece uma publicação editorial do governo municipal e é bastante extenso com muitos dados e informações sobre investimentos públicos ao longo de 2020. No texto, também é dado espaço para falar da chegada do programa Novotec - programa que oferece cursos profissionalizantes gratuitos aos estudantes do ensino médio das escolas públicas.

Pontos Positivos

O material é todo informativo e para o trabalho do governo estadual é bastante positivo, pois comemora a parceria entre ações municipais e estaduais o que cria um ambiente propício para o crescimento da cidade e também para o bem estar dos cidadãos.

Riscos à Imagem

A matéria não possui risco à imagem.

Sugestões de Estratégias

Dentro do contexto político e de ensino à distância ampliado durante a pandemia de COVID-19 cabe a assessoria de comunicação da Secretaria de Desenvolvimento mostrar para os cidadãos de São Paulo como o ensino técnico irá chegar até os estudantes da rede de ensino público. Mas também é importante envolver uma parte determinante da sociedade para que o projeto dê os frutos necessários, gerando empregos e a região de Sumaré, Campinas, Hortolândia é um núcleo reconhecido de emprego em todo Estado.

Por esse motivo, a assessoria de comunicação poderá promover encontros virtuais com os organizadores do Novotec e com os veículos de imprensa na cidade, mostrando como pessoas formadas em cursos técnicos poderão se inserir no mercado de trabalho de maneira rápida e segura.

Esses encontros de relacionamento podem privilegiar os veículos de TV e rádio, em um primeiro momento, e utilizando ferramentas de interação e espaços para perguntas essas ações podem servir para propagar o interesse dos jovens pelo Novotec, se os mesmos visualizarem a possibilidade de estarem empregados e garantindo seu sustento logo após o término do ensino médio.

pridea.
comunicação

**EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE
DOS PROFISSIONAIS**

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS

A **Pridea Comunicação** é resultado da união de uma empresa com mais de quinze anos de atuação no mercado de comunicação, a **Atelier de Imagem e Comunicação**, com profissionais da área de tecnologia da informação, agregando dois conceitos: a tecnologia e a inovação, que faz parte do DNA dos novos funcionários, e do conteúdo, marca registrada que fez com que a **Atelier** figurasse entre as maiores e mais relevantes do segmento.

Com um amplo portfólio de produtos e serviços, a **Pridea Comunicação** conta com uma equipe extremamente especializada e capacitada para enfrentar os desafios impostos por clientes de diferentes áreas de atuação. São profissionais com larga experiência em veículos de mídia, como jornais diários, revistas semanais, televisão, rádio e internet, além de todo conhecimento e vivência de anos de atuação em projetos de Assessoria de Comunicação e Imprensa em diversos segmentos.

Além disso, a Agência dispõe ainda de um grupo de colaboradores especializados em estratégias e ferramentas digitais, o que permitiu a construção de um novo conceito, o **Content Tech**, que abarca a construção de narrativas aprofundadas aliadas a uma metodologia amparada em **Big Data**, que nos permite analisar performance e propor soluções inovadoras.

A **Pridea** tem expertise no atendimento de clientes da iniciativa privada e do setor público, que desempenham atividades nos mais diversos segmentos, fato que fez com que a empresa criasse processos diversificados e eficientes de trabalho capazes de reunirem desafios extremamente complexos. O desenvolvimento de uma visão estratégica diferenciada permitiu que a Agência ampliasse seu rol de serviços e soluções oferecidas ao longo dos anos, fazendo com que os clientes tenham acesso às mais modernas e atuais ferramentas oferecidas no mercado, aliadas a uma consultoria estratégica permanente e uma operação ágil e efetiva.

Pautada pela convicção de que a reputação é o principal valor dos nossos clientes, a **Pridea Comunicação** atua por meio de processos altamente personalizados, garantindo entregas que levam em conta as características e especificidades de cada um deles. A Agência acredita que a construção da imagem está diretamente ligada a valores como empatia e relacionamento. E por apostar nisso, investe permanentemente na imersão cultural junto a seus clientes, entendendo que a conquista da credibilidade passa necessariamente por um aprofundamento do diálogo entre os profissionais envolvidos nos projetos e na construção de uma relação de confiança mútua e consistente.

Esses atributos permitiram a criação de uma agenda importante de relacionamento com a imprensa de todo Brasil e com formadores de opinião e parceiros que conferem qualidade e solidez aos projetos criados e implementados ao longo dessa história. Amparada pela crença de que a ousadia é matéria-prima para os processos criativos e que a ética e a lisura são nossos maiores norteadores, apostamos em nossos funcionários e colaboradores e na construção de relações como ponto fundamental de qualquer empreitada.

Equipe: profissionais alinhados às missões, visões e valores dos clientes

O capital humano está no centro das nossas operações. Por isso, construímos um time diversificado, com habilidades e perfis distintos. A experiência e competência dos profissionais e colaboradores que atuam na **Pridea** enriquecem nossos produtos e serviços e dinamizam a operação, oferecendo aos clientes um repertório qualificado e dinâmico no entendimento dos desafios impostos. A equipe é composta por profissionais de diferentes áreas e formações, como jornalismo, relações públicas, publicidade, marketing, design, fotografia, entre outros.

Essa diversidade confere às entregas um caráter altamente qualificado e personalizado a partir das necessidades e perfis de cada cliente. Tendo em vista suas competências, as equipes são divididas a partir de suas áreas de atuação, sempre com foco nas diretrizes estabelecidas por um núcleo estratégico que coordena todas as operações e sinaliza a necessidade de mudanças de rumo ou alterações de escopo dos trabalhos realizados.

Entre os segmentos que atuam na **Pridea** constam: Criação de Conteúdo Impresso e Digital, Assessoria de Imprensa, Arte e Design, Redes Sociais, Sites, Gerenciamento de Crise, Monitoramento de Mídia, Clipping de Mídia, Media Training, Produção de Conteúdo e Tecnologia, Criação e Produção de Vídeos, Administrativo e TI. Todos eles se relacionam diariamente e têm seus processos acompanhados e estabelecidos a partir de ferramentas de gestão modernas e eficientes, capazes de mensurar os resultados e as estratégias implementadas em cada projeto.

Fluxo de Trabalho: acompanhamento e revisão permanente de procedimentos

A fim de estabelecer fluxos e rotinas de trabalho eficientes, a **Pridea Comunicação** opera a partir de dinâmicas que envolvem os profissionais de todas as áreas, tanto os que atuam internamente como os que operam sediados nos clientes. Para isso, são realizadas reuniões de alinhamento constantes e oficinas de *brainstorming* que possibilitam novas ações e ideias a serem incrementadas.

Além do acompanhamento permanente da imprensa para mapeamento do noticiário, em especial das áreas de atuação dos clientes, a **Pridea** atua com diagnóstico e acompanhamento consistente de boas práticas relacionadas e *benchmarking* da concorrência. Para esta finalidade, também são utilizadas ferramentas de análise das mídias sociais que detectam qualquer menção às marcas ou temas determinados pela equipe de Monitoramento de Mídia.

Esses procedimentos possibilitam, para além do controle da saúde da marca, a percepção e o diagnóstico de como a audiência está sendo impactada por ações relacionadas às atividades dos clientes, permitindo a implementação de novas práticas e a antecipação de eventuais crises.

Ferramentas e Gestão de Processos

Para realizar o acompanhamento e a melhor gestão dos nossos processos, a **Pridea Comunicação** adota um rol de ferramentas que, aliadas à expertise e intervenção estratégica da equipe, permite qualificar os procedimentos e as entregas realizadas. Por meio do novo conceito de **Content Tech**, conseguimos aprofundar a criação de conteúdo com análises que nos permitem gerar melhores insights e entregar uma performance melhor nos diferentes canais de comunicação dos clientes.

O método assegura um monitoramento em tempo real dos diálogos envolvendo as marcas e seus gestores e permite que haja uma adequação de discurso rápida e eficiente ou mesmo a criação de novas narrativas que aprimorem essa conversa. Por meio dela é possível reunir em uma mesma plataforma os resultados de diferentes canais (imprensa, redes sociais, acessos ao site, entre outros), fazendo com que tanto o cliente como a equipe de comunicação possam mensurar em tempo real o desempenho de diferentes campanhas e ações de comunicação.

Seguem algumas das nossas ferramentas:

- **Dashboard da Pridea Comunicação:** análise de performance de campanhas em tempo real por meio de ferramenta desenvolvida dentro da Agência e adaptada para a necessidade de cada cliente.



Desenvolvimento e customização de gráficos via API e aplicados em software próprios, que possibilitam:

- **Análise de dados de anúncios em todas as redes sociais**, tais como: CTR (taxa de cliques), engajamento (atividades dos usuários), devices (mobile, desktop, smartphones), navegadores, sistema operacional (Ios / Android), dados demográficos (gênero, idade), dados geográficos (cidade, estado), comportamentais (fluxo de cliques na url de destino/ taxa de rejeição) e também a medição em tempo real dos anúncios (evolução de custos, como CPC (custo por clique) ou CPA

(custo por aquisição). Além disso, a **Pridea Comunicação** consegue analisar todas as outras métricas que possibilitam a tomada de decisão e documentação dos resultados de um anúncio e o retorno sobre o investimento (ROI).

- **Arquitetura de IA (Intelligence Artificial)**
- **Produção de API (Application Programming Interface)**
- **Construção de customização no software para o segmento (painéis altamente intuitivos)**
- **Arquitetura de Data Science e Business Intelligence**
- **Canais de aplicação: site, social media, social ads, inbound marketing**
- **Scup:** monitoramento de marcas, palavras-chave e assuntos nas redes sociais e nos principais sites de notícias. A partir dela e da experiência embarcada pela equipe da **Pridea Comunicação** é possível acompanhar tudo o que está sendo falado na internet sobre temas específicos. A ferramenta também permite a interação com usuários no chamado SAC 2.0, a fim de garantir um diálogo permanente com os clientes das marcas, reforçando sua autoridade e relevância.
- **Postgram:** a ferramenta possibilita a programação de publicações, bem como o acompanhamento de conteúdos no Instagram. Por meio da definição de um perfil editorial e de um cardápio de conteúdo definido e aprovado, a **Pridea Comunicação** consegue atuar nos horários mais nobres para maior impacto junto à audiência de cada cliente, ampliando as chances de converter essas mensagens em engajamento e relacionamento com a marca.
- **Bancos de Imagens:** com cadastro em diversos Bancos de Imagens, a **Pridea** consegue garantir o melhor mapeamento de fotos e imagens que condizem com a necessidade de cada cliente. A partir desses bancos, a Agência criar, desenvolve e entrega artes, peças e conteúdos que melhor se adaptem ao público-alvo de cada ação.

- **Wideo:** entre outras ferramentas de edição e tratamento de vídeos, a **Pridea** conta com uma ferramenta específica para criação de videografias e animações que traduzem de forma célere e assertiva as mensagens dos clientes. Por meio da criação de um conteúdo alinhado às expectativas e necessidades de comunicação, a **Pridea** adapta o texto a uma plataforma com imagens e som, ampliando as possibilidades de alcance e repercussão do conteúdo.
- **Ferramentas de Edição/Vídeos e Fotos:** a Agência dispõe ainda de um rol de programas e ferramentas de edição e tratamento de imagens, seja de foto ou vídeo. A partir delas é possível determinar o aspecto visual de campanhas distintas, caracterizando de acordo com a identidade visual de cada cliente, peças, fotos e imagens a serem compartilhadas como forma de agregar e enriquecer o conteúdo nos diferentes canais.
- **RD Station:** o software é um importante aliado na gestão de conteúdo e de relacionamento com usuários. A **Pridea Comunicação** investe no aprimoramento constante do chamado *inbound marketing*, baseado essencialmente na produção qualificada de conteúdo relacionado a uma marca ou produto. A ferramenta possibilita uma melhor otimização para os principais sites de busca (SEO), criação de landing pages e estratégias de geração de leads, disparo e gerenciamento de e-mail marketing, fluxo de automações para relacionamento, monitoramento de acesso dos leads em sites, gestão de contatos e de mídias sociais. Além disso, é possível também qualificar análises e relatórios por meio dos dados fornecidos e acompanhados pela ferramenta.
- **Ferramentas de Mailing:** a **Pridea** investe permanentemente na nutrição e manutenção de sua agenda estratégica junto aos principais veículos de imprensa e formadores de opinião. Para isso, conta com ferramentas que auxiliam na melhor performance desses contatos, mantendo os assessores de imprensa em contato permanente com setores importantes da mídia.

Contas Públicas: experiência e projetos de sucesso

A experiência da **Pridea** junto ao setor público é anterior à própria criação da empresa, já que grande parte de seus profissionais tiveram práticas prévias relevantes de atuação nesse setor. Diversos colaboradores da Agência já atuaram em importantes contas nas esferas federal, estadual e municipal, reunindo uma bagagem que possibilita o desenvolvimento de estratégias efetivas e inovadoras.

Muitos profissionais do time da **Pridea Comunicação** já atenderam diretamente o Governo do Estado de São Paulo, por meio das Secretarias de Estado da Educação, Saúde e Segurança Pública, além de organizações como: Instituto Butantan, Instituto do Câncer, Hospital das Clínicas, Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE), entre outros.

A Agência também atendeu contas públicas nos âmbitos federal e municipal, como EMBRAPPII (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) – ligada ao Ministério da Ciência Tecnologia, Inovações e Comunicações, do Governo Federal –, e pastas municipais, como a Secretaria das Prefeituras Regionais de São Paulo, principal braço de zeladoria da maior cidade da América Latina; a Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo; a Secretaria de Relações Institucionais; e a Secretaria de Educação do município.

Atualmente, a **Pridea Comunicação** atende duas importantes entidades ligadas ao Governo do Estado de São Paulo: a Artesp (Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo), responsável pela regulação de 19 das 20 melhores rodovias do país; e o Detran (Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo), o maior da América Latina.

Em São Paulo, na área pública, a **Pridea** é responsável ainda pelo atendimento da Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, a maior do país, com quase um milhão de alunos.

A expertise no atendimento a contas públicas é um ativo construído ao longo dos quinze anos de atuação da Agência, que tem em sua carteira clientes como a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, entidade que atendeu por cinco anos, sendo responsável pela Assessoria de Imprensa e Comunicação. Com um público de alunos, pais, professores e funcionários que extrapola a população de muitos países, a Pasta carrega desafios proporcionais à sua grandeza.

A **Pridea Comunicação** também foi responsável pelo departamento de Comunicação e Imprensa da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, onde atuou fortemente ainda com o Gerenciamento de Crise, aproximando o diálogo com os diferentes públicos da Pasta e criando estratégias para informar a população em meio a grandes catástrofes como o acidente com o avião da TAM, no Aeroporto de Congonhas, o acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital, e os ataques do PCC em São Paulo.

A experiência adquirida na área pública nas três esferas (municipal, estadual e federal) garante à Agência ampla expertise em planejamento estratégico, gerenciamento de crise, proposição de pautas, atendimento e relacionamento com a mídia de todo país e alcance de resultados significativos. A equipe da **Pridea Comunicação** está perfeitamente apta a realizar o trabalho indicado neste edital, com larga experiência na área, conforme poderá ser observado nos cases e desafios que construímos com os clientes atendidos ao longo desses mais de quinze anos de história.

A seguir, indicamos algumas das principais soluções de comunicação implementadas pela equipe da **Pridea Comunicação** com seus clientes em diferentes áreas:

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ARTESP: AS MELHORES ESTRADAS DO PAÍS

A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.

Dezenove das 20 melhores rodovias estão em São Paulo e são reguladas pela agência. A Agência também fiscaliza o Transporte Intermunicipal de Passageiros, exceto nas Regiões Metropolitanas de São Paulo, de Campinas, da Baixada Santista, do Vale do Paraíba/Litoral Norte e Sorocaba. Dentre as ações, realiza auditoria de frota, garagem e instalações, ações fiscais na operação das linhas regulares, nos terminais rodoviários e nas rodovias. Além disso, a ARTESP é responsável pela regulação da concessão de cinco aeroportos regionais.

A atuação da **Pridea Comunicação** na coordenação da Assessoria de imprensa da ARTESP obteve, apenas nos primeiros sete meses, **mais de 9.300 matérias publicadas**, resultado de **321 divulgações** realizadas. Isso representa uma **média de 1.328 matérias publicadas por mês** sobre a Agência. **Mais de 44 matérias por dia.** Para se ter uma ideia, o trabalho de divulgação de mídia espontânea, ou seja, sem qualquer custo para os cofres públicos, caso tivesse de ser comprado na imprensa, representaria um investimento de mais de **R\$ 797 milhões**. Entre as atividades desenvolvidas na ARTESP, destacamos:

- **Criação de agência de notícias interna:** a partir de levantamento de informações nas áreas da ARTESP, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em duas notícias geradas e divulgadas diariamente, garantindo exposições qualificadas em mais diversos canais. Foram mais de 9.300 exposições em sete meses, média de 44 reportagens sobre a ARTESP por dia.
- **Criação de autoridade:** com maior produção de conteúdo, a ARTESP passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como segurança de rodovias, monitoramento, contratos de concessão, modernização, inovação e tecnologia. Dessa forma, em 210 dias de atuação, 122 entrevistas qualificadas para grandes veículos foram concedidas.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da agência, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação técnica do órgão.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas, das concessionárias e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a fiscalização de ônibus regulares e fretamento.
- **Acompanhamento de operações de rodovia:** a equipe de jornalistas passou a integrar as equipes de fiscalização nas rodovias do Estado, acompanhando as ações e convidando jornalistas locais a conhecerem a realidade das regras para fazer transporte de passageiros em São Paulo. A iniciativa rendeu maior conhecimento dos jornalistas sobre as atribuições da ARTESP, mostrando os resultados práticos das operações.
- **Acompanhamento de eventos de inauguração:** comunicação em eventos como a inauguração de obras nas rodovias, organização de coletivas e de material a ser distribuído.

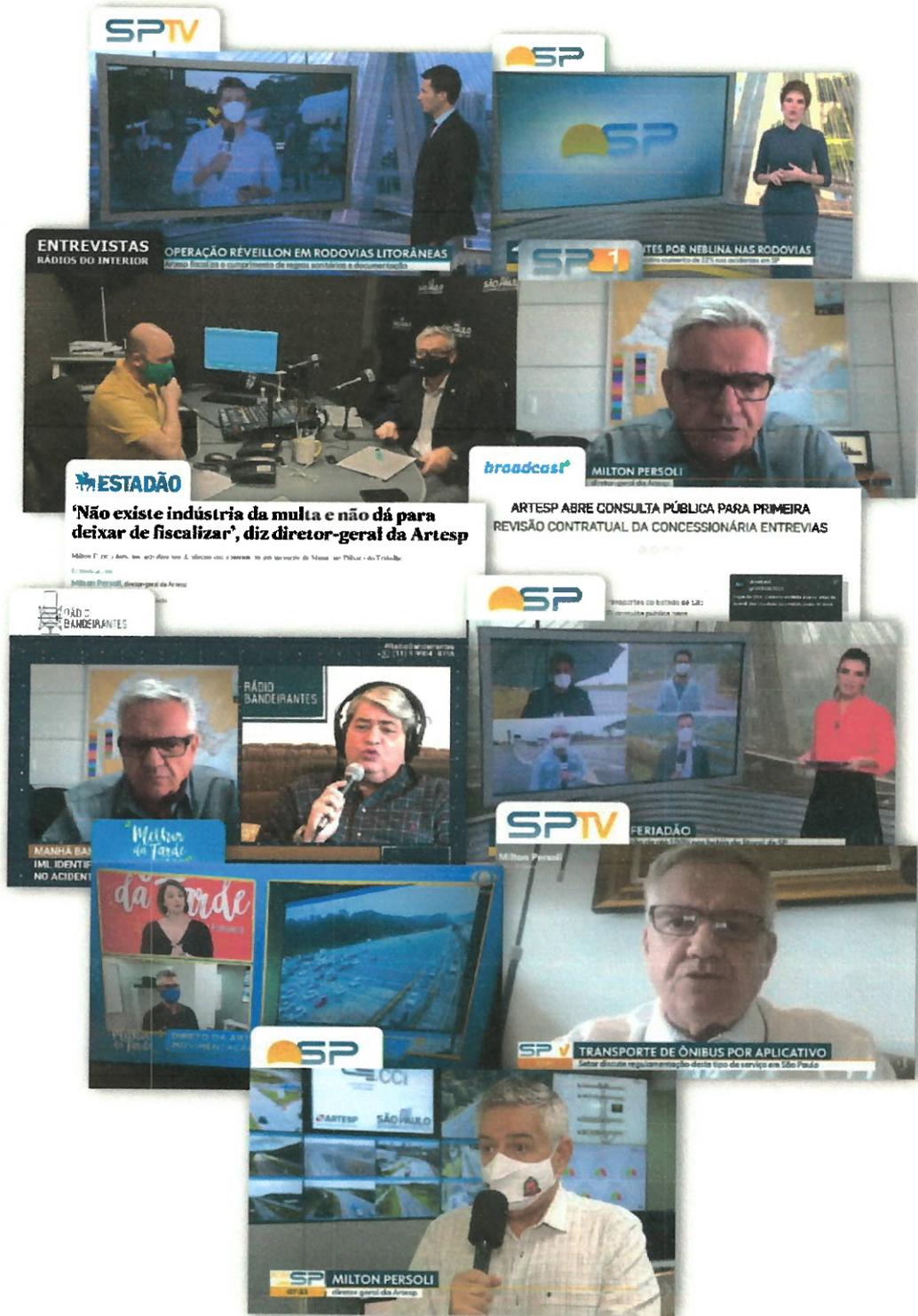
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente, em edições matutinas e vespertinas encaminhadas para os principais gestores da ARTESP.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quanto do interior, acessado por toda a equipe de imprensa da ARTESP. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.
- **Qualificação de porta-vozes:** a Pridea identificou potenciais porta-vozes para cada área da ARTESP, além do diretor-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]



[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

DETRAN: A REVOLUÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Desde setembro de 2020, quando assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP, o grande desafio da **Pridea Comunicação** foi comunicar, da forma mais abrangente possível, a revolução digital pela qual passa a autarquia. Até para que o cidadão pudesse ser impactado positivamente em tempos de pandemia da Covid-19, ainda mais diante do fechamento de postos de atendimento.

Para se ter uma ideia do desafio, de janeiro a dezembro de 2020, período de enfrentamento da crise sanitária mundial, foram realizados no Detran.SP mais de 125 milhões de interações pela internet, tanto pelos sites e aplicativos do Detran e Poupatempo. Em 2019, foram 47 milhões. Ou seja, um aumento de 60% em relação ao ano anterior, com quase o triplo de atendimento.

Tanto que dos principais serviços, 90% deles já podem ser realizados online, dispensando a necessidade de ir até uma unidade física do Detran.SP. O departamento de trânsito paulista aumentou em 67% o atendimento pelos portais e aplicativos. No Poupatempo, 83% dos serviços do Detran são consumidos de forma digital. A autarquia conta com 2.875 funcionários, supervisiona a atuação de 2.954 Centros de Formação de Condutores, 2.025 Empresas Credenciadas de Vistoria, 1.659 desmontes, além de credenciar 1.060 médicos e 2.169 psicólogos.

Para dar visibilidade a essa revolução digital, a **Pridea** lançou mão de estratégias em todas as frentes da comunicação, tanto nos meios digitais como na chamada mídia tradicional, concentrando seus esforços no levantamento de ações e projetos e intensificando a produção de conteúdo relevante. O resultado imediato da ação pode ser confirmado já no início do trabalho da Agência. Na Semana Nacional de Trânsito de 2020, 1.146 matérias foram publicadas sobre o Detran.SP, sendo 100% delas positivas para a imagem do órgão. O número é 82% maior em relação ao mesmo evento no ano anterior.

Já em seus primeiros dias de atuação, a **Pridea Comunicação** implementou um processo diferente de atendimento à imprensa e, principalmente, de relacionamento com a mídia. Além da aplicação de um *Media Audit* para aferir a opinião dos profissionais de imprensa sobre o órgão, a Agência triplicou a produção de conteúdo e diversificou seus canais de conta, permitindo que as pautas relacionadas ao Detran ganhassem muito mais capilaridade e ampla visibilidade no interior do estado.

Resultados das divulgações na Semana Nacional de Trânsito de 2020:

SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO 2020

TOTAL DE MATÉRIAS: **1.146**

100% POSITIVAS

82% A MAIS DO QUE EM 2019

CONFIRA OS DESTAQUES!

GLOBO

18/09/2020 **23/09/2020**

SP **PITSTOP PARA MOTOFRETISTAS**

18/09/2020 **23/09/2020**

SP1 **RECEITA TRIPlica A CHANCE DE MORTE NO TRÂNSITO** **MOTOCICLISTAS NO TRÂNSITO**

SP2 **21/09/2020**

NEWS **18/09/2020**

ACIDENTES DE TRÂNSITO EM SP
NÚMERO DE MORTES EM AGOSTO É O MAIS ALTO DESDE ABRIL

Mas o trabalho não ficou restrito à área de Assessoria de Imprensa. Estendeu-se para um redesenho efetivo da Comunicação do órgão, com a implantação de reuniões de alinhamento com todas as áreas e readequação das tarefas instituídas, além de ferramentas e monitores de mensuração de resultados.

Também diversificamos os canais de comunicação, com novas formas de estabelecer contato com os diferentes públicos do Detran.SP a partir de um amplo Plano de Comunicação apresentado ao presidente da entidade. Apenas nos quatro primeiros meses de atuação, entre setembro e janeiro, foram divulgados 190 materiais para a imprensa, numa média de 48 por mês. O resultado foi um total de **5.432 matérias publicadas na imprensa no período, indicando cerca de 1.358 por mês e mais de 45 por dia.**

No período, foram contatados 1.088 jornalistas e formadores de opinião, com aproximadamente 470 atendimentos à imprensa. Para diversificar a linguagem e se aproximar de alguns públicos prioritários, foram produzidas e roteirizadas **35 lives com diversos dirigentes do Detran.SP.** E mais:

- **Novo desenho da comunicação do Detran.SP**, integrando e sincronizando atuação em áreas como Relações Públicas, Imprensa, Marketing, Endomarketing, Redes Sociais e Cerimonial;
- **Construção do posicionamento estratégico de comunicação do Detran.SP**, calcado em ativos como inovação na pulverização dos serviços digitais e fiscalização;
- **Uso dos estúdios do Palácio dos Bandeirantes** para a realização de lives semanais para esclarecimento ao internauta sobre os serviços digitais do Detran;
- **Uso do estúdio de rádio do Palácio dos Bandeirantes** para a gravação de sonoras e participação em programas de rádio no Interior;
- **Organização do atendimento de redes sociais**, com a contratação de uma coordenadora, centralização no Detran no atendimento e estruturação do atendimento do SAC 2.0;
- **Elaboração de um programa semanal e vídeo de notícias do Detran** para veiculação nas redes internas do departamento (Intranet e alertas pelo Whatsapp);

- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras nos serviços digitais, ações fiscalizadoras, acompanhamento de blitzes, entre outros conteúdos de relevância;
- **Escolha e treinamento de porta vozes**, nas áreas de Habilitação, Veículos, Atendimento e Fiscalização, para o atendimento específico de demandas de imprensa;
- **Elaboração de Papers de informação** em visitas do presidente em unidades do Detran no Interior, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;
- **Divulgação mensal dos números do Infosiga**, sistema do Governo de São Paulo gerenciado pelo Detran.SP e programa Respeito à Vida, sobre estatísticas de acidente com recortes regionais;
- **Criação de canal de WhatsApp** para envio de notícias do Detran.SP para um grupo seletivo de jornalistas que cobrem regularmente o Departamento;
- **Clipping de Notícias** produzido diariamente, em duas edições por dia e encaminhadas eletronicamente pela manhã e tarde para os principais gestores do departamento;
- **Forte investimento em regionalização**, com atendimento a jornalistas em todas as regiões do estado, gerando a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos finais de semana;
- **Mailing de Imprensa exclusivo** por meio de ferramenta da Priedea foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



Handwritten signature and a red 'X' mark.

EDUCAÇÃO PAULISTA: A MAIOR REDE DE ENSINO DA AMÉRICA LATINA

Para apresentar ações e impactar todos os atores envolvidos no processo de ensino, a **Pridea Comunicação** produziu e implantou um plano de comunicação integrado, amparado nos públicos internos da Secretaria (pais, alunos, professores, funcionários e comunidade escolar), além de criar parcerias com entidades do setor e estabelecer uma interlocução direta com outras secretarias estaduais e órgãos do Governo a fim de possibilitar ações integradas de comunicação.

Entre os resultados obtidos pela **Pridea** à frente da **Secretaria da Educação do Estado** podemos destacar o expressivo aumento de matérias veiculadas na imprensa, que cresceu cerca de **60%** no período. E mais:

- **Gerenciamentos de Crise** em pautas negativas com interface direta junto a jornalistas; levantamento de dados e informações, produção de FAC com perguntas e respostas; escolha e treinamento de porta vozes; produção de conteúdos para divulgação, entre outras ações;
- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda Positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras, personagens de destaque da educação, bons exemplos de políticas públicas, entre outros conteúdos de relevância;
- **Comunicação em Eventos** como a entrega de equipamentos públicos, garantindo desde a comunicação visual até a organização de coletivas e de material a ser distribuído;
- **Agenda do Governador**, na capital e no interior do Estado, com espaço definido nas reuniões semanais de Agenda do Governador, oferecendo sugestões de conteúdos de eventos, programas, projetos e ações;

- **Agenda do Secretário** com acompanhamento permanente na capital e no interior do Estado, na elaboração de “Papers” prévios de informação, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;
- **Lançamento de Programas e Políticas Públicas** do governo paulista, como os projetos Gestão Democrática, Escola da Família e Cozinheiros da Educação, por exemplo, onde a agência atuou na produção de materiais de divulgação, na definição de estratégias de divulgação, no atendimento da mídia e colaborou com opiniões e conteúdos;
- **Números da Educação** com a criação do Banco de Dados de Informações da Educação que consolidou, desde o número de alunos, professores e colaboradores, até o andamento de projetos, obras, reformas, parcerias, entre outros;
- **Índices da Educação** com o acompanhamento constante dos números e dados que comprovaram o avanço no ensino público paulista, como a inédita primeira colocação nos três níveis avaliados pelo **Índice de Desenvolvimento da Educação Básica – IDEB** -, do governo federal e os resultados anuais do **Índice de Desenvolvimento da Educação de São Paulo – IDESP**. A atuação da Pridea no entendimento dos dados junto aos técnicos da educação e na produção de bons conteúdos de divulgação relativa à posição do Estado de São Paulo nos índices garantiu repercussão do assunto em todo o Brasil dos bons resultados no **IDEB**.
- **Monitoramento de Mídia** com a implantação do “**Torpedo-Imprensa**”, ferramenta digital de monitoramento criada pela **Pridea Comunicação** que, aliada a bons profissionais de comunicação, monitorou o noticiário do dia da Educação em televisão, rádios e sites de notícias e envia, via celular, informações qualificadas. Mais do que uma ferramenta de comunicação, o “**Torpedo-Imprensa**” propicia a identificação imediata de notícias e, assim, possibilita respostas rápidas aos veículos de imprensa, seja para gerenciar crise, oferecer porta-voz, enviar nota de esclarecimento e até, corrigir informações.
- **Clipping de Notícias** produzidos diariamente, em 3 edições diárias, e encaminhados eletronicamente pela manhã, para os principais gestores da Educação na sede da Praça da

República, para os 91 dirigentes de ensino em todo o Estado e para o gabinete da Subsecom, no Palácio dos Bandeirantes. Clippings regionais mensais, com resultados obtidos em rádio, TV e internet, foram produzidos e enviados eletronicamente para os principais gestores da Educação nas 15 regiões administrativas do Estado.

- **Mailing de Imprensa** atualizado e com acesso digital era disponibilizado para todos os profissionais de comunicação que atuavam na Educação. Com a ferramenta da Pridea foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.
- **Porta-Vozes em todo o Estado** foram treinados e qualificados para o atendimento das demandas da mídia regional. Em um trabalho inédito, transformamos os 91 Dirigentes Regionais da Educação em porta-vozes locais da Pasta. Para isso, fizemos reuniões em todas as diretorias regionais mostrando a importância da interface com a imprensa regional. Visitas nos principais veículos foram agendadas durante esses encontros e os resultados se mostraram certos.

No período, a **Pridea** também atuou firmemente em projetos junto à iniciativa privada, como a parceria com o Google no projeto “**Youtubers da Educação**”, que envolveu centenas de alunos e professores das escolas da capital e do interior, e com o “**Parceiros da Educação**”, que reúne empresários que colaboram na busca de soluções para as questões da Educação.

A **Pridea Comunicação** também foi a responsável por propor e intermediar parceria inédita e precursora entre a Secretaria da Educação de São Paulo e a Jeduca – primeira Associação dos Jornalistas de Educação, que resultou em projeto conjunto para incentivo a contato entre educadores da rede de ensino estadual e jornalistas por meio da elaboração da campanha “**Fala, Educadora, Fala, Educador**”. Para dar mais voz aos professores e funcionários da rede pública de ensino, a **Pridea** construiu um manual de relacionamento com a imprensa, além de cartazes que foram distribuídos para as escolas de todo estado. A parceria contribuiu para ampliar o espaço dos educadores na imprensa, opinando, relatando novidades, sem receio de censura.

O atendimento da Educação estadual, com unidades de ensino presentes em todos os 645 municípios paulistas, gerou a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e

responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos finais de semana. No dia a dia da Agência, no atendimento à Secretaria da Educação, além do relacionamento com a mídia municipal, estadual e nacional, foi preciso criar soluções para atender a demanda de uma enorme comunidade interna e dos próprios gestores da maior escola da América Latina.

Por isso, a **Pridea** lançou mão de diversos produtos para aproximar o diálogo com esses públicos e mantê-los informados sobre as ações da Secretaria:

- **Informativos para o Secretário e para as equipes estratégicas do Governador sobre ações e projetos da Secretaria**
- **Releases, artigos e notas para a imprensa**
- **Disparo de informes por SMS com matérias envolvendo a Secretaria**
- **Clipping de Notícias**
- **Boletim Informativo das Coordenadorias da Secretaria da Educação**
- **Boletim das Diretorias Regionais de Ensino**
- **Boletim do Professor**
- **Produção de Cartazes**
- **Newsletter para Grêmios Estudantis**
- **Newsletter para parlamentares**
- **WhatsApp para Dirigentes de Ensino**
- **Desenvolvimento de 15 materiais de apoio para reuniões do Secretário com gestores regionais**
- **Roteiro para vídeos institucionais**
- **Materiais de apoio para campanhas publicitárias**
- **Criação de Banco de Dados da Secretaria, com informações e números de projetos**
- **Criação de Banco de Personagens, com indicações de funcionários, alunos e educadores que poderiam compor reportagens da imprensa e materiais institucionais**
- **Plano de Comunicação Anual**
- **Relatório Quinzenal de exposição na imprensa**
- **Relatório Mensal analítico sobre resultados do período**



Exemplos de produtos impressos desenvolvidos:

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146



Exemplos dos resultados obtidos na mídia:

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

(Handwritten signature and a red 'X' mark)

(Handwritten blue arrow pointing left and the number 109)



SEGURANÇA PÚBLICA: TRANSPARÊNCIA E GERAÇÃO DE ÍNDICES

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

Handwritten marks and initials on the right side of the page, including a blue scribble and the letters 'MO' at the bottom right.

Por seis anos, entre **janeiro de 2007 e maio de 2013**, a **Pridea Comunicação** também coordenou a Assessoria de Comunicação e Imprensa da **Secretaria de Estado da Segurança Pública**. Entre as ações realizadas à frente da Pasta estão:

- Lançamento de programas e políticas públicas como a implantação da Rádio Digital nas viaturas policiais, a criação do Laboratório de DNA, o Retrato Falado Digital, a ampliação da Delegacia Eletrônica, o Monitoramento de Câmeras, não só na capital, mas em cidades do interior, entre outras ações;
- Atuação em grandes catástrofes como: Acidente com o avião da TAM no Aeroporto de Congonhas, Acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital;
- Eventos onde foi preciso a intervenção policial como o bloqueio de grandes vias públicas, a invasão e ocupação de universidades e o cumprimento de decisões judiciais em áreas públicas e privadas;
- Divulgação dos Índices de Criminalidade, com as estatísticas da violência, incluindo, à época, a queda dos homicídios em São Paulo, que bateu seguidos recordes, além, é claro,
- Iniciativas das três polícias do Estado - Militar, Civil e Técnico-Científica e os órgãos a elas vinculados.

Hoje, São Paulo é reconhecido como exemplo em uso de novas tecnologia, em novos tipos de ações e na queda de índices de crimes. Em 2011 o Estado atingiu a meta de reduzir a taxa de homicídios a 10 por 100 mil habitantes, pela primeira vez na história. Um trabalho consistente de gestão que ganhou na Assessoria de Imprensa da Pridea Comunicação um forte aliado.

Ao longo de todo trabalho, exemplos da relevância foram as capas de revistas obtidas pela **Pridea**. Somente nas revistas Veja e Veja São Paulo foram dezenas de capas, ao longo do período, com pautas sugeridas pela Agência, com temas sobre ações, projetos, serviços de relevância, resultados, cases de sucesso, personagens de destaque e políticas públicas.

Exemplos de capas das revistas Veja e Veja São Paulo:



IPT (INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS)

Maior e mais antigo centro de pesquisas do Brasil, com 119 anos, o IPT é responsável por muitos dos avanços nacionais em tecnologia nos últimos anos. Ligado à Secretaria de Estado de Desenvolvimento de São Paulo, tem cerca de 1.200 funcionários. Além dos projetos rotineiros, o órgão é responsável por alguns dos principais e maiores estudos do Brasil.

A **Pridea** gerenciou a área de Comunicação e Imprensa do Instituto de 2009 a 2014, período no qual conseguiu obter relevantes resultados junto aos principais jornais, revistas e TVs do país, além de importantes publicações segmentadas. Mesmo sendo um órgão extremamente renomado, especialmente em São Paulo, acionado sempre que é preciso investigar tecnicamente o motivo de determinado problema, o IPT e, especialmente, todas as suas contribuições para avanços tecnológicos no mundo, passava incólume aos olhos da sociedade. Ainda que muitas das suas pesquisas impactassem diretamente a rotina das pessoas.

O desafio, portanto, foi dar luz aos estudos, pesquisas, estrutura e seriedade do Instituto, mostrando que, para além de situações que naturalmente colocavam a instituição na mídia, havia uma inteligência ali embarcada que merecia ser noticiada de maneira permanente. O mapeamento das principais iniciativas e o diálogo

permanente com pesquisadores e profissionais do Instituto permitiu um trabalho consistente junto à imprensa e resultados que podem ser verificados abaixo, na compilação de algumas das principais matérias veiculadas.

Além do trabalho de assessoria de imprensa, a **Pridea Comunicação** produziu, editou e diagramou a revista que comemorou os 110 anos do IPT, em 2009. Foram 96 páginas com reportagens sobre as inovações do Instituto ao longo dos anos. Uma linha do tempo permeou a publicação, mostrando a importância do IPT para a história brasileira.

Alguns exemplos de reportagens:



Auditoria de Imagem realizada pela empresa Máquina Metric, em junho de 2013, apontou que o IPT teve como resultado de divulgação na imprensa os valores apurados de R\$ 105,9 milhões nos dois anos anteriores (2011 e 2012), com 70 reportagens no primeiro ano e 122 no segundo. Trata-se de um relevante exemplo de como a **Pridea** desenvolveu estratégias assertivas para ampliar a exposição do órgão na mídia, executando

uma ampla prestação de contas de todas as ações junto a sociedade e a outros públicos prioritários do Instituto.

EMAE (EMPRESA METROPOLITANA DE ÁGUAS E ENERGIA): TECNOLOGIA A SERVIÇO DO CIDADÃO

Entre 2011 e 2012, a **Pridea Comunicação** teve a oportunidade de atender a EMAE (Empresa Metropolitana de Águas e Energia S.A), oferecendo serviços de Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia e ampliando a presença do órgão nos veículos de comunicação do estado. O trabalho contou com a expertise da Agência no atendimento de clientes da área pública e com uma sistemática de trabalho que previa a presença permanente de um funcionário da **Pridea** na sede da EMAE.

O breve período de um ano de operações permitiu aproximar gestores e técnicos da Empresa Metropolitana de Águas e Energia de formadores de opinião e jornalistas que cobriam temas consonantes à área de atuação da entidade. Também foi possível subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação com informações sobre a Empresa e colaborar na realização de pautas e eventos com a presença do então governador Geraldo Alckmin.

Em média, no período, a **EMAE esteve presente na imprensa diariamente com mais de duas matérias sobre suas ações e realizações**. Além de trabalhar as pautas positivas da entidade nos veículos de mídia, **Pridea** também atuou no gerenciamento de situações de crise, fornecendo respostas de maneira ágil e preparando porta-vozes para se posicionarem.

As ações estratégicas desenvolvidas no âmbito da EMAE permitiram ampla divulgação da agenda positiva da empresa, tanto em veículos de abrangência nacional como regional, ampliando o diálogo da instituição com a população local, enfatizando o oferecimento de serviço e a prestação de contas junto aos paulistas.

Os resultados obtidos são fruto da criação de uma estrutura interna de comunicação, com profissionais dedicados tanto à divulgação das ações e projetos da empresa como a colaboradores dedicados a levantar dados e insights nas áreas internas da Organização.

O trabalho foi fundamental para mapear iniciativas e criar uma agenda positiva para a entidade, que antes

atuava basicamente atendendo demandas da imprensa. Foi possível, assim, dar mais visibilidade ao trabalho realizado e ampliar o diálogo com os diferentes públicos com os quais a EMAE se relaciona. Também foram realizados encontros de relacionamento com a mídia e uma forte interlocução com formadores de opinião para apresentar a empresa.

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



Handwritten signature and initials, including 'MAS' at the bottom right.

NA CAPITAL PAULISTA

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO: O DESAFIO DA RETOMADA DAS AULAS EM MEIO À PANDEMIA

Em janeiro de 2020, a **Pridea Comunicação** assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. O desafio de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se aliou à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.

Com a missão de organizar os fluxos e processos internos e dar capilaridade a todas as ações que a Secretaria estava implementando para garantir o cumprimento dos protocolos sanitários a alunos, familiares e funcionários, a **Pridea** atuou fortemente no levantamento de informações e já nos primeiros dias criou um Plano de Comunicação para o período de volta às aulas. Também conseguiu nas duas primeiras semanas emplacar notas e matérias estratégicas para a pasta e viabilizou, por meio do trabalho de PR, agendas estratégicas para o secretário. Uma delas foi o encontro dele com o presidente nacional da Central Única das Favelas objetivando criar mecanismos para aproximar o diálogo da Prefeitura com seu público final: os familiares dos alunos da rede municipal.

Entre as principais atividades, destacamos:

- **Mapeamento de informações:** a partir de levantamento nas coordenadorias da Secretaria Municipal de Educação, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes para os veículos da capital e também para a mídia local. A iniciativa resultou no interesse da imprensa em falar com os porta-vozes do órgão municipal para saber mais detalhes sobre o retorno das aulas, principalmente das TVs, além de publicações em veículos da grande imprensa como: Uol, G1, Folha de S.Paulo, o Estado de São Paulo, CBN, Bandnews, entre outras.
- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, foi possível identificar os veículos que melhor aproveitariam cada um dos conteúdos, tendo como foco a importância de ampliar o diálogo com familiares, professores e com a comunidade escolar;

- **Interlocução com entidades:** a fim de potencializar as mensagens e as ações da Secretaria para alguns públicos mais específicos, a Pridea também mapeou, localizou e acionou as áreas de comunicação de diversas entidades. Com isso, os materiais produzidos pela equipe da Agência também foram disseminados em canais internos dessas instituições;
- **Preparo de Porta-vozes:** com maior produção de conteúdo, a Secretaria passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da Pasta, como o ambiente psicossocial, emocional e psicopedagógico que os alunos e docentes terão no retorno às aulas no período de pandemia. Assim, em aproximadamente um mês mais de 50 entrevistas foram concedidas para diferentes meios de comunicação;
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado aos jornalistas passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da Secretaria, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação do órgão em relação a algumas questões;
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a prevenção contra o coronavírus dentro das escolas e o adiamento de entregas de tablets;
- **Clipping de Notícias:** a Pridea Comunicação implantou uma eficiente ferramenta de clipping a fim de mapear diariamente todas as notícias publicadas na imprensa envolvendo a Secretaria de Educação e seus gestores. Além disso, para melhor informar as equipes técnicas da pasta e os próprios funcionários da Comunicação, foram instituídos dois envios diários de Newsletter com todas as publicações;
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto os principais da capital quanto veículos de bairro. O material é acessado por toda a equipe de imprensa da Secretaria. Dessa forma, é possível construir envios específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista;

- **Produção de paper e roteiros:** a equipe também passou a atuar na produção de materiais para subsidiar entrevistas e encontros do secretário e outros integrantes do gabinete. Também produziu roteiros para os vídeos institucionais com foco na volta às aulas. Os materiais trazem possíveis questionamentos da imprensa, sugestões de respostas, apontamento das principais mensagens, números e pontos sensíveis;
- **Plano de Comunicação:** desenvolvimento de Plano com foco na retomada das aulas nas escolas municipais. Além de todas as ações previstas e de um cronograma de divulgação, o material aponta fragilidades e oportunidades para uma interlocução mais assertiva com as famílias;
- **Produção de Peça WhatsApp:** a **Pridea** também desenvolveu uma peça em diferentes versões que foi disparada pelo WhatsApp informando sobre a pesquisa realizada pela Secretaria sobre a retomada das aulas. O material chegou a ser compartilhado por diversos secretários municipais e influenciadores da rede.

Peças produzidas:



Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

MOVIMENTO RECICLA SAMPA: RESÍDUOS TRANSFORMADOS EM FONTE DE RENDA E TRABALHO PARA OS PAULISTANOS

Em março de 2018, a **Pridea Comunicação** assumiu a Assessoria de Imprensa e toda produção de conteúdo do Movimento Recicla Sampa. Baseada em uma plataforma online, a iniciativa, que visa a aumentar os recicláveis e diminuir a quantidade de resíduos enviados aos aterros municipais da capital, contou com uma equipe da Agência dedicada ao trabalho tanto no relacionamento com a mídia como para a criação de conteúdo para o site. Por meio da criação de materiais exclusivos, como webdocumentários, entrevistas, matérias e notícias, a plataforma se consolidou como um dos principais players de informação no tema no país e atraiu a atenção de especialistas e veículos renomados do segmento.

No total, a construção da reputação e da autoridade do Recicla Sampa resultou em **1.198 ofertas de pautas e mais de 500 inserções na imprensa** no período de pouco menos de dois anos, todas positivas para a imagem do Movimento. Na área de produção de conteúdo, foram produzidos e publicados 1.042 conteúdos entre matérias, entrevistas exclusivas, textos para webdocumentários, textos para Youtube, textos para podcasts e spots, entre outros.

Entre as atividades realizadas estão:

- **Relacionamento com players envolvidos no projeto:** para garantir o alinhamento de informações e a correta prestação de serviço para a população, a Pridea organizou um fluxo de trabalho junto aos três principais órgãos envolvidos com o Movimento: a Amlurb (Autoridade Municipal de Limpeza Urbana), ligada à Prefeitura de São Paulo, e às concessionárias de limpeza da cidade, Loga e Ecourbis. A comunicação se deu de forma direta, realizando a interlocução com assessorias para que o Movimento sempre estivesse pautado segundo às ações desses três agentes;
- **Papers informativos:** a Pridea realizou ainda ações para preparar porta-vozes para entrevistas, além de acompanhar reportagens e criar papers informativos para a relação dos gestores dos três players citados acima com a imprensa;

- **Criação de base de contatos qualificada:** a fim de realizar uma constante interlocução com a imprensa, a **Pridea** mapeou os veículos de comunicação, influenciadores e formadores de opinião no tema da sustentabilidade para formar o seu mailing VIP com contatos que eram acionados mensalmente para receber as novidades do Movimento. O mailing também contou com nomes de colunistas e jornalistas dos principais veículos do país, além de divisão por editorias e áreas de atuação que extrapolam o universo da sustentabilidade;
- **Interlocução com a imprensa:** de maneira ampliada, não só abarcando questões ambientais, mas também de cunho social e econômico, a Agência atuou na promoção do Movimento e no levantamento de números e informações que subsidiaram a criação de materiais específicos para os jornalistas, formadores de opinião e influenciadores. Além da produção de releases, a **Pridea** atuou no desenvolvimento de notas, artigos e materiais regionalizados, buscando a ampliação da veiculação do movimento em outras cidades. A análise dos dados do site do Recicla e das redes sociais também serviram de base para construção de pautas, que abordaram o perfil dos usuários, temas mais acessados e assuntos mais relevantes;
- **Clipping de Notícias:** com entrega mensal, a **Pridea** realizou o monitoramento do Movimento Recicla Sampa diariamente na imprensa nacional;
- **Pesquisa Recicla Sampa:** de forma totalmente virtual, a **Pridea** estruturou um questionário para medir o grau de conhecimento dos cidadãos sobre reciclagem, mapear suas principais dúvidas e os assuntos que despertam mais interesse quando se fala no tema. Os resultados serviram de base para a construção de pautas na imprensa e também para a criação de conteúdos de engajamento veiculados no portal com o objetivo de atender ao que os usuários buscam saber;
- **Acompanhamento de eventos:** a **Pridea** auxiliou toda a formatação do evento de lançamento da plataforma que aconteceu no início de 2019. Foram realizados desde o mapeamento e criação de mailings específicos para divulgação e convites, até ações estratégicas para antes, durante e depois do site ir ao ar. Além disso, a equipe de jornalistas da Agência também realizou a cobertura de eventos ambientais, incluindo congressos, seminários, palestras e fóruns, sendo eles presenciais ou online. O

trabalho consistiu na cobertura e produção de novos conteúdos sobre os eventos para o site que totalizaram em 57 ações acompanhadas e veiculadas;

- **Relacionamento com entidades:** as atividades relacionadas ao Movimento ainda renderam na construção de relacionamento com especialistas na área, na apuração de novos personagens e no acompanhamento de estudos relacionados ao tema. Foram estabelecidos relacionamentos com associações, ONGs, ativistas, empresas dentre os mais diversos setores para a criação de autoridade e relacionamento com os maiores nomes e as maiores entidades do país no tema;
- **Estruturação de banco de personagens:** toda cobertura de evento, bem como a participação de pautas e o estreitamento de relacionamento com entidades e especialistas renderam na elaboração de um banco de personagens que conta com grandes nomes da sustentabilidade, especialistas nos mais diversos setores, pesquisadores, cooperativas e cooperados, trabalhadores, empresas, dentre muitos outros que serviram como fonte qualificada para os conteúdos publicados na plataforma;
- **Produção de conteúdo:** o trabalho consistiu na apuração, pesquisa e construção de pautas pertinentes ao tema da sustentabilidade, além da produção de materiais exclusivos para a plataforma. Como principais pautas, estiveram o debate sobre políticas públicas que envolvem o assunto, boas práticas, dicas para o cidadão comum, bem como as medidas que o país e o mundo todo vêm tomando em torno do tema;
- **Gerenciamento de conteúdos na plataforma:** a Pridea também foi a responsável por gerenciar os conteúdos publicados no site do Movimento Recicla Sampa, atualizando de maneira diária o portal com matérias, notícias, entrevistas e demais conteúdos;
- **Construção de autoridade:** com todo trabalho realizado, o portal do Movimento Recicla Sampa se tornou um dos principais players de informação do tema no país, sendo referência para imprensa e para a população. Apenas em 2020, o site computou um aumento de 257% na quantidade de visitas em comparação ao mesmo período do ano de lançamento da plataforma. O ineditismo e a exclusividade dos materiais também chamaram a atenção de outros players do segmento, que passaram a compartilhar os conteúdos publicados no Recicla em suas plataformas.

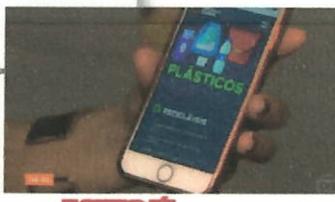
Alguns exemplos de reportagens sobre o Recicla Sampa:

ilustrada
MÔNICA BERGAMO

Um horário de coleta seletiva de lixo em cada bairro de SP poderia ser consultado no site Recicla Sampa que será lançado nesta quinta (7). A iniciativa é resultado de uma parceria entre associações sindicais Loga e Ex e o grupo da Anhua.

FOLHA DE SÃO PAULO

ISTO É



FOLHA DE SÃO PAULO

BLOG AVENIDAS

Prefeitura quer rastrear moradores pelo celular para aumentar reciclagem em SP



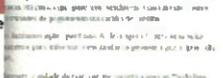
Plataforma pretende ampliar coleta seletiva em São Paulo



São Paulo lança movimento para ampliar coleta seletiva na capital



Saiba como usar ferramenta sobre reciclagem em SP



PENSE LEVE

Entre na moda da MARMITA



Coleta seletiva: conscientização e informação



24 milhões de toneladas



LIXO RECICLÁVEL

Lixo. Programa quer incentivar reciclagem

INFORMAÇÃO LIVRE

Coleta seletiva

Conscientizar e ensinar os moradores a separar o lixo doméstico comum do reciclável. Esse é o objetivo na cidade de São Paulo do Movimento Recicla Sampa, lançado para orientar e informar os cidadãos de que é preciso aumentar a quantidade de materiais recicláveis e, ao mesmo tempo, diminuir o volume dos resíduos enviados aos aterros sanitários. A nova ferramenta auxiliará de ser lançada e pode ser acessada em www.recicla.sampa.sp.gov.br

ESABR: DE S. PAULO

DIRETO DA FONTE

SONIA RACY



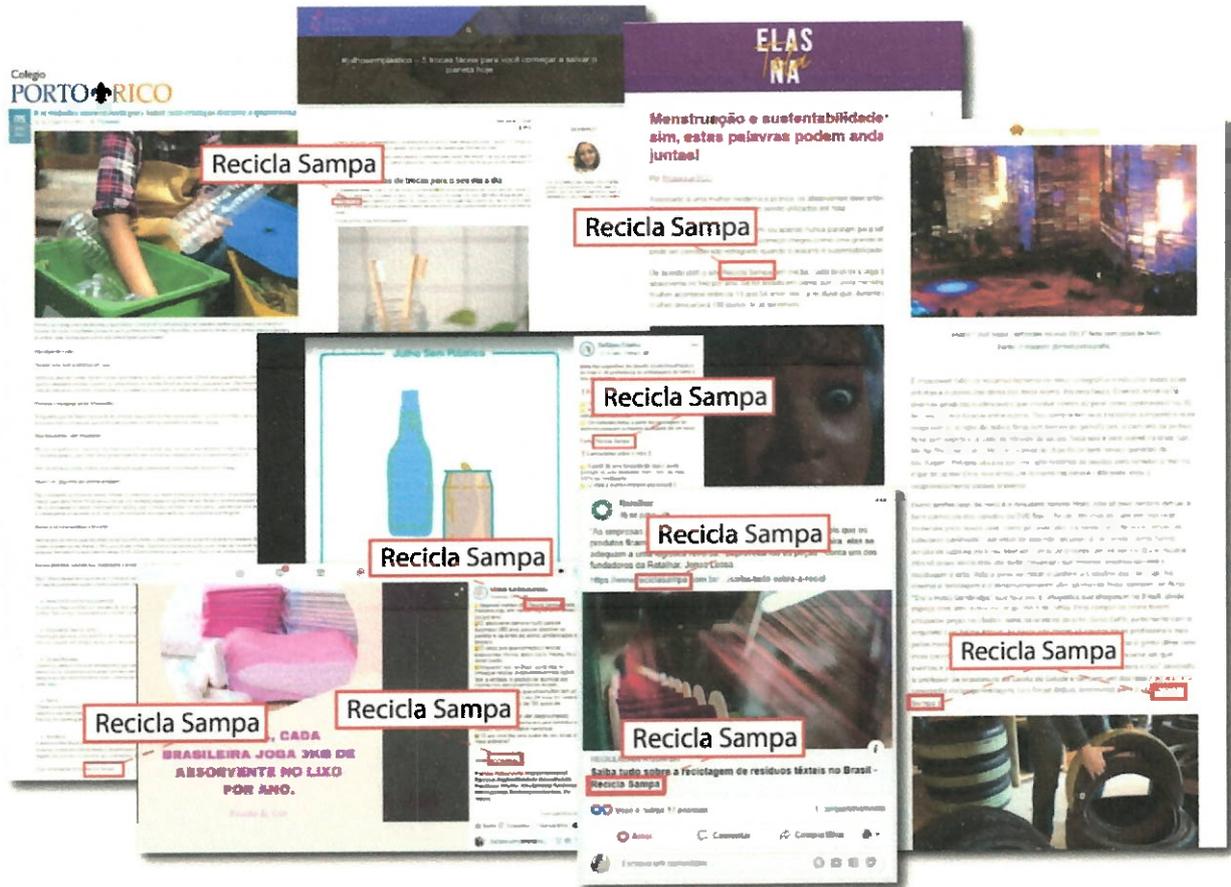
Rock & reciclo

O Recicla Sampa entrou em campo esta manhã (24) para o show "Rock & Recicla" promovido pelo grupo "Rock & Recicla" em parceria com a Prefeitura de São Paulo. O evento aconteceu no Parque do Ibirapuera, com a presença de milhares de pessoas. O grupo "Rock & Recicla" é formado por músicos e ambientalistas que buscam conscientizar o público sobre a importância da reciclagem.

ESABR: DE S. PAULO



Alguns exemplos de matérias de veículos que utilizaram o conteúdo do Recicla Sampa:



Secretaria das Subprefeituras de São Paulo e Secretaria de Orçamento, Planejamento e Gestão

Entre 2009 e 2012 a Pridea Comunicação gerenciou a Assessoria de Comunicação da Secretaria Municipal das Subprefeituras de São Paulo. E entre 2010 e 2011, a Assessoria de Imprensa da Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo. Nestes órgãos municipais a mesma qualidade foi demonstrada, com equipes diariamente respondendo às demandas da imprensa, sugerindo pautas e lançando iniciativas.

Com equipes próprias dedicadas ao atendimento das demandas de imprensa relacionadas ao Executivo Municipal, a Pridea implantou processos de trabalho eficazes desenvolvidos por profissionais competentes

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

X

Handwritten signature and initials.

que, para além de administrar crises e garantir posicionamento por parte da Prefeitura nas matérias jornalísticas, inseriu a capital em diversos conteúdos, que permitiram mostrar a atuação da administração.

Dividida em 32 Prefeituras Regionais, responsáveis por regiões da cidade, a Secretaria das Subprefeituras responde pela maior parte dos assuntos que afeta a rotina dos paulistanos. Toda a temática relacionada à chamada zeladoria da maior metrópole do país está à cargo da Pasta, o que por si só já dá a dimensão da complexidade e responsabilidade do desafio.

Os resultados da proatividade no trabalho relacionado ao atendimento dos jornalistas pode ser verificado em reportagens importantes que revelaram os cuidados com a zeladoria da cidade, o trabalho dos prefeitos regionais nas diversas zonas da capital, além de diversos projetos inovadores criados pelo Poder Público para aprimorar serviços essenciais.

Para dar a dimensão necessária e bem informar a população sobre o trabalho realizado pela Prefeitura, a **Pridea Comunicação** focou tanto nos projetos maiores da Pasta como em procedimentos de rotina, que até então eram de conhecimento da grande imprensa e, tampouco, dos municípios.

Alguns exemplos de projetos que tiveram grande visibilidade: Operação Delegada, parceria do município com o Governo de São Paulo por meio da Polícia Militar; Operação Cata Bagulho, que aos finais de semana recolhia pelos bairros o descarte dos municípios; Combate ao Entulho Irregular, com ações diurnas e noturnas e acompanhamento de imprensa; Zeladoria da Cidade, um ação conjunta com a Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo e a Assessoria de Imprensa que viabilizou campanhas publicitárias, eventos e divulgação nos principais meios de comunicação; entre outras ações.

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



X

126

GOVERNO FEDERAL

Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII)

Desde fevereiro de 2015, a **Pridea Comunicação** coordena as atividades de Comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII). Ligada ao Governo Federal e sediada em Brasília, a instituição fomenta o desenvolvimento de projetos de inovação por todo o país realizando a ponte entre os centros de pesquisa e as empresas nacionais.

A EMBRAPII foi criada em 2013 e é ligada aos Ministérios da Ciência, Tecnologia, Inovações, Saúde e Educação. A entidade nasceu com o objetivo de oferecer recursos para financiamento de projetos ligados à tecnologia e inovação. O investimento é dividido em três partes, sendo um terço da EMBRAPII, recurso não reembolsável, um terço da empresa que deseja desenvolver o estudo e uma terceira parte de uma das 61 unidades credenciadas que concede pesquisadores e infraestrutura para a elaboração do projeto.

No âmbito da comunicação, a **Pridea Comunicação** atende todas as esferas da Organização Social, desempenhando um papel fundamental para construção de sua autoridade. Uma equipe da Agência atende diretamente o cliente em sua sede, em Brasília, e também na base da **Pridea** em São Paulo. Dentre as atividades exercidas, estão:

- **Assessoria de imprensa:** interlocução permanente com os principais veículos de mídia do país, além da divulgação de projetos e novas pesquisas financiadas pela EMBRAPII. A Pridea atua também junto às unidades credenciadas pela empresa para trabalhar os assuntos regionalmente e por temática. A prática tem possibilitado destaques da instituição em importantes veículos de imprensa em todo Brasil. Além disso, balanço de projetos finalizados e contratados, bem como a parceria e os recursos arrecadados com os ministérios estão sempre em pauta. Outro ponto de atenção sempre trabalho junto à imprensa é a coordenação da Organização dos programas prioritários Rota 2030 e do PPI em IoT e Manufatura 4.0. Como resultado, ao longo dos cinco anos, 6.356 matérias foram veiculadas na mídia de diversas regiões do país citando a EMBRAPII. O número representa uma média de 1.270 inserções ao ano. Ao longo de todo período, a entidade não teve nenhuma matéria negativa publicada na imprensa;

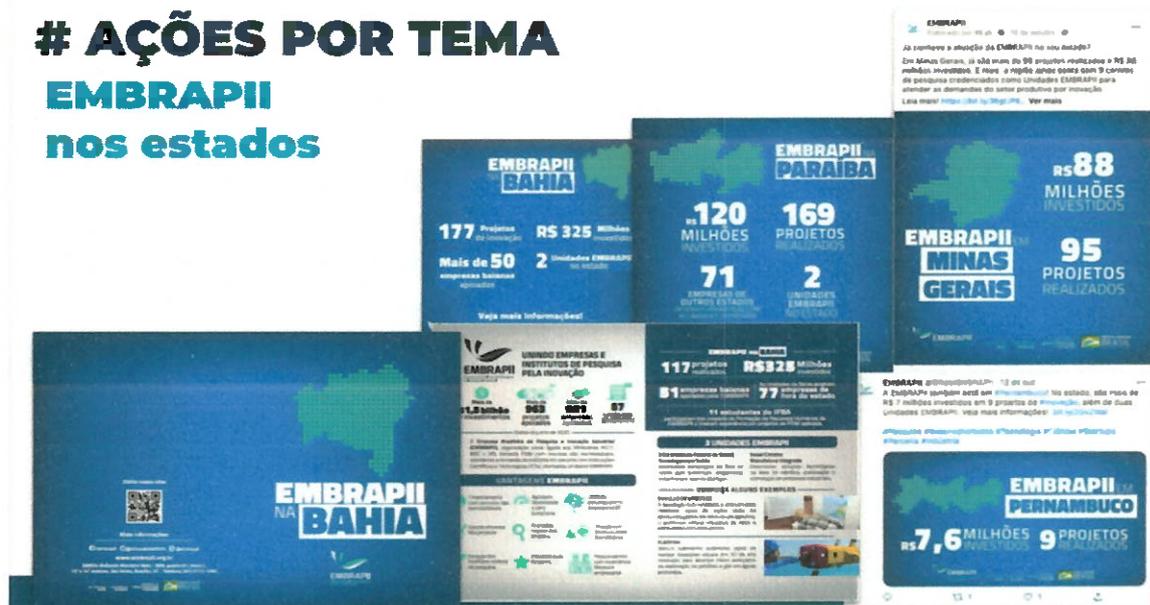
- **Visitas de relacionamento:** a fim de manter uma boa relação com os principais veículos do país e, dessa maneira, ganhar mais espaço e autoridade junto à imprensa, a Pridea realiza o encontro entre a diretoria da EMBRAPPII e os jornalistas de diferentes editoriais;
- **Mailing de imprensa:** para impactar de maneira assertiva veículos de imprensa, formadores de opinião e influenciadores, a Agência desenvolveu mailings diversificados e segmentados por editoriais, regiões do país e áreas de atuação da EMBRAPPII. Cria e distribui materiais com linguagem adaptadas para ampliar a presença da instituição na imprensa, tanto fomentando sua autoridade institucional, como dando ênfase a seus projetos e parcerias;
- **Clipping de notícias:** com entrega mensal, a Pridea realiza o monitoramento da EMBRAPPII diariamente na imprensa nacional, mapeando qualquer citação em torno da Organização, projetos ou Unidades relacionadas. A cada bimestre, é também enviado um balanço dos principais destaques na imprensa para a diretoria e conselho administrativo da entidade;
- **Banco de projetos:** criação de um banco de projetos dividido por temas, regiões e áreas de interesse, a fim de mapear a atuação da EMBRAPPII de forma abrangente e nacional. O mecanismo permite que os assessores da Pridea criem pautas com base em efemérides e no cenário do país, além de auxiliar nas demandas espontâneas;
- **Banco de dados:** formatação de um material que contempla os principais números da Organização, projetos de destaques, informações sobre Unidades, parceiros, associações e empresas parceiras, para auxiliar na produção de novos conteúdos com diferentes vertentes com base na própria história da Organização. Também serve como insights para novas pautas na imprensa;
- **Eventos:** a Agência é responsável pela coordenação e produção de eventos, como congressos e seminários. Por meio de rodadas de negócios pelo país, a Empresa difunde seu modelo em busca de fomentar novas propostas. Além disso, a Pridea também realiza convites e monitoramento dos eventos online, como webinars, lives, entre outros.

- **Gerenciamento de mailing:** desde 2019, a Pridea passou a administrar toda base de contatos da EMBRAPPII, realizando uma apuração de todo o mailing, bem como a segmentação por áreas de interesse, tipo de empresas e criação de novas bases. Dessa maneira, todo tipo de comunicado da entidade passou a ser realizado por meio de uma ferramenta de gerenciamento que apura taxa de abertura, taxa de cliques, usuários descadastrados, dentre outras informações. Para além do envio semanal de produtos, como e-mails marketings e newsletters, para a base de contatos ativos, a Agência realiza mensalmente campanhas para a arrecadação de novos leads, gerando um público fidelizado e interessado em receber os comunicados e materiais da Organização. São 4.940 contatos ativos e 15 segmentações estabelecidas;
- **Desenvolvimento de produtos gráficos e digitais:** os profissionais da Pridea também atuam na produção de conteúdo editorial e projeto gráfico de materiais impressos que auxiliam a empresa na interlocução com outras instituições, principalmente durante eventos, congressos e seminários. A Agência também é responsável por criar todo o cardápio editorial, design e peças digitais para as redes sociais da instituição. Já são mais de 960 produtos desenvolvidos ao longo de cinco anos. A parte de vídeos, tanto produção, como preparação de roteiro e edição, também fica a cargo da Pridea, que já desenvolveu mais de 240 vídeos para a instituição dos mais diversos modelos: institucionais, animação, cobertura jornalística, depoimentos, cobertura de eventos, entre outros. Com conteúdo diversificado, os materiais ajudam a EMBRAPPII a se posicionar na pauta das maiores empresas e instituições da área de inovação do país, aproximando ainda a entidade de parceiros internacionais de relevância, dando ênfase a seu modelo diferenciado;
- **Relacionamento com Congresso e Ministérios:** para atender um dos desafios da Organização em manter a interlocução com os parlamentares e ministros, a Pridea atua no desenvolvimento de produtos regionais, comunicados mensais, agendas e eventos com a participação de importantes nomes, a fim de realizar gestos e de demonstrar o impacto da EMBRAPPII para o crescimento do país nos mais diversos setores;
- **Site EMBRAPPII:** a Pridea é também a responsável por toda produção de conteúdo e atualização diária do site da EMBRAPPII, realizando principalmente a publicação de notícias, releases, resultados da exposição da EMBRAPPII na imprensa, manuais, relatórios, folders, dentre outros materiais. A

Agência também administra os destaques e dados gerais na home, dá suporte técnico e realiza alteração de programações, criação de novas páginas e criação de novas áreas no site;

- **Social Media:** responsável pela criação de canais da instituição nas redes sociais, que estão no ar desde 2017. São realizadas campanhas estratégicas com anúncios para as plataformas, bem como todo o desenvolvimento dos conteúdos diários estabelecidos dentro dos pilares da instituição. A agência também monitora sua presença online diariamente e atua no relacionamento com os usuários, respondendo questionamentos, auxiliando na construção de autoridade da Organização e trazendo novas pessoas para conhecer o trabalho da entidade. Todas as ações desenvolvidas possibilitaram a criação de uma audiência qualificada para a entidade no meio digital, que hoje conta com mais de 37 mil seguidores;
- **Construção de autoridade:** os resultados de todo o trabalho desempenhado levaram a EMBRAPPII a ganhar relevância e notoriedade no cenário nacional da inovação, que hoje soma mais de 1.000 projetos e R\$ 1,6 bilhão investidos em pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I). A Organização conta hoje com diferentes redes de inovação no país, como a Rede MCTI/EMBRAPPII de Inovação em Inteligência Artificial, a maior na América Latina;

Exemplos de produtos e materiais produzidos:



Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

X

[Handwritten signature]

EMBRAPI INFORMA
JULHO DE 2020

Nova modalidade
para pequenas empresas
na ROTA 2030

A EMBRAPI (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) anunciou nesta semana uma nova modalidade para projetos de startups e pequenas empresas na área de Mobilidade e Logística. Agora, elas podem contar com até 50% de recursos não reembolsáveis para projetos de inovação na Rota 2030. São beneficiadas empresas com Projeto Operacional Bruto (POB) do ano anterior igual ou inferior a R\$ 50 milhões.

PARTICIPE DA PESQUISA
INOVAÇÃO & CIÊNCIA

Da "PRÁXIS" para a "TEORIA"

Rua Operacional Bruta

NA
ROTA 2030
DA INOVAÇÃO
JULHO DE 2020

EMBRAPI

Novidade
para pequenas
empresas e startups:
50% de um
projeto financiado
com recursos não
reembolsáveis

A EMBRAPI (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) anunciou nesta mês uma nova modalidade para projetos de startups e pequenas empresas na área de Mobilidade e Logística. Agora, elas podem contar com até 50% de recursos não reembolsáveis para projetos de inovação na Rota 2030. São beneficiadas empresas com Projeto Operacional Bruto (POB) do ano anterior igual ou inferior a R\$ 50 milhões.

VOCÊ JÁ CONHECE O
CANAL DA INOVAÇÃO?

EMBRAPI
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

MODELO DE FINANCIAMENTO
TRIPARTITE

EMBRAPI (recursos não-reembolsáveis)

1/3

2/3

PROJETOS DE INOVAÇÃO

EMBRAPI DAY
ON-LINE

NÓS LEVAMOS A INOVAÇÃO ATÉ VOCÊ

EMBRAPI NA BAHIA

EMBRAPI
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

UNINDO EMPRESAS E INSTITUTOS DE PESQUISA PELA INOVAÇÃO

EMBRAPI

117 projetos em estudos

51 empresas em fase de desenvolvimento de tecnologia

77 empresas de fora do estado

11 estudantes da IFBA

2 UNIDADES EMBRAPI

CONHEÇA ALGUNS EXEMPLOS

EMBRAPI na BAHIA

117 projetos em estudos

51 empresas em fase de desenvolvimento de tecnologia

77 empresas de fora do estado

11 estudantes da IFBA

2 UNIDADES EMBRAPI

CONHEÇA ALGUNS EXEMPLOS

Alguns exemplos de reportagens:



CULTURA

Na esfera cultural, a **Pridea** ganhou grande experiência ao longo dos anos, tornando-se referência no atendimento d este segmento com clientes de grande expressão nacional, como o Sesc TV, Selo Sesc, Edições Sesc e Editora Contexto. Além de alguns projetos para o Cine Sesc e São Paulo Exposamba, maior mostra de samba da história do Brasil. Também atendemos a Amigos da Arte, importante Organização Social ligada à Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo.

AMIGOS DA ARTE: A MAIOR VIRADA CULTURAL DO PAÍS

Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.

Desde abril de 2020, a **Pridea Comunicação** atua na coordenação da Assessoria de Imprensa da Organização Paulista dos Amigos da Arte. Obteve, em nove meses de atuação, **mais de 1.000 matérias publicadas** sobre a entidade, resultado de 205 divulgações. Uma média de 111 matérias por mês falando sobre as ações, projetos e programas da Amigos da Arte em todo estado.

Além de todo trabalho de mapeamento de ações, interlocução com a mídia e interface com as áreas internas da entidade, a **Pridea** também é responsável pela construção da autoridade e reputação da entidade enquanto marca. A Agência faz ainda o contato e alinhamento de materiais com as assessorias dos artistas envolvidas nas ações da Amigos da Arte a fim de criar narrativas únicas para os veículos de imprensa. Entre as atividades na agência, destacamos:

- **Criação de fluxo de informações interno:** a partir de levantamento de informações com as áreas responsáveis pelas produções dos eventos e com a comunicação da Amigos da Arte, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em publicações diárias de notícias, garantindo exposição qualificada nos mais diversos canais de imprensa;
- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, os profissionais da Pridea potencializaram as divulgações por meio da criação de ganchos regionais, que ampliaram o interesse da imprensa. Também buscaram inserção da entidade em outras editorias a partir dos assuntos gerados, ampliando a própria percepção de sua atuação, como um órgão de fomento à cultura;

- **Autoridade:** com maior produção de conteúdo, a organização passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como a difusão da arte e cultura no Estado de São Paulo, a articulação com a rede de artistas, gestores municipais, produtores, empreendedores, prestadores de serviço, fornecedores, corpo técnico, a disseminação da diversidade artístico-cultural paulista e a qualidade técnica, artística e de governança da organização;
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da organização na sociedade, resultando na mudança de viés das matérias;
- **Gerenciamento de sensibilidades:** com o objetivo de evitar possíveis crises a **Pridea Comunicação** realizou um monitoramento de temas sensíveis e muitos deles foram tratados de maneira diferente para evitar possíveis exposições negativas;
- **Acompanhamento de entrevistas nos eventos:** a Agência realiza ainda acompanhamento de eventos semanais, como todas as edições da ViradaSP Online, transmitidas ao vivo do Teatro Sérgio Cardoso;
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente e encaminhadas mensalmente para os principais gestores da organização;
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quanto do interior. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista de acordo com o objetivo de cada evento realizado pela entidade;
- **Qualificação de porta-vozes:** a Pridea identificou potenciais porta-vozes para cada área da Amigos da Arte, além da diretora-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.

Alguns exemplos de reportagens:

O REGIONAL

CULTURA TRAZ PLATAFORMA DE STREAMING E VÍDEO POR DEMANDA COM INCENTIVO AO ISOLAMENTO



O GLOBO

RIO SHOW

Festival virtual gratuito reúne produções de 21 países



A TRIBUNA

BOM PROGRAMA

Tradições de Peruíbe em destaque na Virada SP




ISTO É

40 anos de história no palco

ESTADÃO

Caderno 2

40 ANOS DE HISTÓRIA NO PALCO




ESTADÃO

Caderno 2

40 ANOS DO SONHO DE ARTISTAS





Handwritten signature

Handwritten mark

Handwritten mark

Sesc TV

Canal cultural de televisão do Sesc São Paulo, o SescTV é uma instituição privada e sem fins lucrativos, de âmbito nacional, mantida pelo empresariado do comércio de bens e serviços. A **Pridea** atuou no gerenciamento da relação do Sesc TV com a imprensa por meio de um trabalho consistente de assessoria de imprensa.

Entre os principais trabalhos realizados estão, por exemplo, o programa **Arquiteturas**, do jornalista Paulo Markun, que percorria ícones arquitetônicos do país. Além disso, atuamos na divulgação do programa **Óperas**, que gravou a temporada de óperas do Teatro Municipal de São Paulo, incluindo *La Traviata*. A equipe da **Pridea Comunicação** desenvolveu todo projeto de comunicação com foco nos veículos de imprensa segmentados e nos principais formadores de opinião e influenciadores do país, com o objetivo de ampliar o espaço dos programas do Sesc TV em veículos de expressão nacional.



Selo Sesc

Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online), o Selo Sesc, que pertence ao Sesc São Paulo, surgiu para fortalecer novos nomes do mercado, apoiando o registro de artistas eruditos, com foco na diversidade cultural. A **Pridea** foi responsável por lançamentos de CDs e DVDs de artistas como Tetê Espíndola, Bocato, Guinga, Quinteto Villa-Lobos, Fortuna, Itamar Assumpção, Pepeu Gomes, Francis Hime, Tia Cida e Baita Negão. Todo o trabalho partia de um planejamento estratégico desenvolvido para cada produto, com o levantamento de todas as informações sobre a concepção da obra, seus diferenciais e conceitos. Além da interlocução com os agentes do Selo Sesc, a **Pridea** também mantinha forte diálogo com os empresários e com os próprios artistas a fim de criar uma narrativa forte a ser repercutida para a imprensa.

A Agência também atuou no acompanhamento de todos os lançamentos, com atendimento da imprensa e de críticos de música de todo Brasil. Entre os principais resultados atingidos, o fortalecimento da marca Selo Sesc foi o principal, fazendo com que os conteúdos de mídia contemplassem não apenas as obras ou seus artistas, mas também o Selo como importante instrumento de valorização da música e cultura nacionais. No total, 2.152 matérias foram veiculadas envolvendo o Selo.



Edições Sesc

A **Pridea** atende este segmento do Sesc voltado à publicação de livros em diversas áreas do conhecimento, além de propor debates em seus centros culturais e desportivos no estado de São Paulo. Neste período, a Agência atuou na divulgação de mais de 30 títulos, que permeiam os campos das artes visuais, antropologia, arquitetura e urbanismo, cinema, comunicação, design e muitos outros. Entre alguns dos principais livros divulgados estão a fotobiografia da atriz Fernanda Montenegro, a biografia de Tarsila do Amaral, um livro de fotos de Hilda Hilst, a biografia de Lévi-Strauss, um dos antropólogos mais influentes do seu tempo, entre outros.

As estratégias de divulgação passam pela organização de mailing específico para cada obra, além da organização e divulgação dos eventos de lançamento, passando pela construção de todos os materiais de divulgação, como a produção de notas, releases, artigos e sugestões de abordagens junto à imprensa.

A **Pridea** também acompanha e atua no atendimento aos jornalistas em eventos de grande porte, como Flip e Bienal do Livro, buscando espaços para os livros das Edições em meio a seus concorrentes. A equipe também produz e indica estratégias para melhor impactar os principais críticos literários do país por meio do envio de livros e materiais informativos para a melhor abordagem sobre cada obra.



[Handwritten signature]
[Handwritten mark]

Cine Sesc

Divulgação do documentário “Eduardo Coutinho, 7 de outubro”, com direção de Carlos Nader, em 2015. Com o objetivo de buscar alcance nacional para o filme sobre um dos principais documentaristas brasileiros, a **Pridea** realizou um amplo mapeamento de todos os veículos de mídia do segmento, com forte interlocução com formadores de opinião e produção de materiais distintos, com foco nos formatos e perfis editoriais de cada veículo. Também atuamos na criação de conteúdos regionalizados resultado na forte veiculação em mídias de todo país.

São Paulo Expo Samba

A maior mostra de samba da história do Brasil, com seis meses de apresentações de dança e música instrumental, mesclando alguns dos mais renomados artistas brasileiros com músicos da nova geração. O projeto contou com o trabalho da **Pridea** na área de divulgação junto à imprensa, além de toda estruturação da agenda de convidados e participantes e da produção e monitoramento de conteúdos nas redes sociais.

Para aumentar o engajamento do público nas plataformas digitais, a equipe produziu vídeos e fotos das principais atrações. Na área de imprensa, realizou agendas de relacionamentos na TV Globo, aproximando os porta-vozes do projeto a jornalistas e produtores da emissora tendo em vista o apelo popular do projeto. Como resultado a Expo Samba esteve presente na cobertura da principal emissora do país ao longo dos seis meses nos principais telejornais.

Editora Contexto

Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis e ainda os prêmios Casa Grande & Senzala, Clio e União Latina, a Contexto é uma editora consolidada. Com foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo, a empresa nasceu a partir da experiência do historiador Jaime Pinsky com o universo editorial.

Em busca de consolidar sua marca no cenário das editoras brasileiras, a **Pridea Comunicação** desenvolveu um plano de comunicação, com foco em Assessoria de Imprensa e no relacionamento com a mídia, para fortalecer os diferenciais da Contexto no mercado editorial.



A ação permitiu importante aproximação da editora e seus autores com players de destaque na mídia, como a revista *Veja* e a publicação segmentada 451, expoente no segmento. Além disso, a **Pridea** criou um canal direto de interlocução com críticos literários e especialistas no segmento, o que possibilitou um aumento considerável do espaço da editora nos principais veículos de imprensa do país.

A Agência também atuou na divulgação do novo selo da Editora, o **Marco Polo**, que tinha como objetivo a publicação de romances históricos. Como resultado, a marca **Contexto** passou a figurar em todas as publicações envolvendo seus lançamentos, além de se tornar fonte de entrevistas do mercado editorial brasileiro.

saúde ciência

São Paulo está obesa e tem bronquite, diz médico

EM NOVO LIVRO, PAULO GALDINO, DA USP, EXE CRÔNICA A CIDADE APETA A SAÚDE DA POPULAÇÃO



Albis, cultura

COMO MUITO O BRASIL



BRASIL

Leandro Karnal reúne suas crônicas

Ministério do Estado lança novo Eixo com textos publicados no jornal nos últimos dois anos: apresenta dia 30



PERFIL

Crêda por Jaime Pinsky para levar acadêmicos a um público amplo, editora Contexto completa 30 anos sem ceder a apelos comerciais. For Luis Antônio Geron, para o Valor, de São Paulo

Conhecimento em circulação

Listão

Marie, Jean-Jacques. História da Guerra Civil Russa (1917-1922). Explica a guerra entre os exércitos vermelho, branco e verde, que esteve na origem da criação da União Soviética. TRAD. Janyra Martins e Patrícia Rosellard. (ETROD. Jaime Pinsky. Contexto. 272 pp. R\$ 49,90

Réguas e compasso

4 em 1: regras, planilhas e fórmulas em PDF. Respostas práticas para o dia a dia.

36 Quatro cinco um setembro 2017



PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

| | |
|---|--|
|  | <p>EMBRAPII</p> <p>A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii) tem por missão apoiar instituições de pesquisas para que executem projetos de desenvolvimento tecnológico voltado à inovação, com o objetivo de estimular e potencializar a força competitiva do setor industrial brasileiro e internacional. Em 34 unidades espalhadas pelo Brasil, a Embrapii atua nos seguintes campos de inovação: tecnologias em refrigeração, processamento de biomassas, materiais de alto desempenho, engenharia submarina, manufatura aeronáutica, comunicações óticas e tecnologia de dutos.</p> <p>Atendimento: 12/05/2015 até o momento.</p> |
|  | <p>Recicla Sampa</p> <p>O Movimento Recicla Sampa, baseado em uma plataforma online, foi criado para conscientizar os paulistanos a separarem o lixo domiciliar em dois: comum e reciclável.</p> <p>Por meio da disponibilização de conteúdos diversos, como vídeos, webdocs, tutoriais, jogos, materiais para impressão, reportagens e notícias da cidade, do Brasil e do mundo a plataforma orienta e informa os cidadãos sobre a importância de aumentar a quantidade de recicláveis e diminuir o volume dos resíduos enviados aos aterros sanitários da capital.</p> <p>Atendimento: 05/03/2018 até 31/12/2020.</p> |



ARTESP

A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.

Atendimento: 06/05/2020 até o momento.



DETRAN.SP

A Pridea Comunicação assumiu o desafio de gerenciar a área de Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP. O órgão é responsável por planejar, gerenciar e executar ações relacionadas à documentação para condutores e veículos. Também fiscaliza e autua infrações de trânsito, produz estatísticas, promove educação e gera conscientização e está presente nos 645 municípios paulistas.

O maior departamento de trânsito da América Latina é responsável por: 29% da frota do país, 30 milhões de veículos e 25 milhões de condutores registrados. Teve sua frota triplicada nos últimos 10 anos e lida com a maior transformação digital de sua história.

Atendimento: 21/09/2020 até o momento.



Secretaria Municipal de Educação de São Paulo

Em dezembro de 2020, a Pridea assumiu o desafio de criar um projeto de comunicação para a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. A meta de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se alia à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.

| | |
|-----------------------|--|
| | Atendimento: 23/12/2020 até o presente momento. |
| amigos da arte | <p>Associação Paulista dos Amigos da Arte</p> <p>Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.</p> <p>Atendimento: 13/04/2020 até o presente momento.</p> |
| so+ma | <p>A startup tem o propósito de aliar gestão de resíduos sólidos domésticos recicláveis (não orgânicos) à mudança de comportamento, para a promoção da qualidade do meio ambiente e desenvolvimento social nas comunidades por meio de parcerias com entidades privadas, públicas e sem fins lucrativos. Levando seus recicláveis aos espaços mantidos pela so+ma, os moradores ganham pontos que podem ser trocados por cursos, exames, alimentação básica, experiências, descontos em supermercado e muito mais. A adesão é totalmente gratuita e sem taxas de anuidade.</p> <p>A startup também fomenta o crescimento da economia local ao fomentar as trocas dos pontos em comércios da região.</p> <p>Atendimento: Maio de 2021 até o presente momento.</p> |



Grupo A Educacional

Fundado em 1981, o Grupo A Educacional é uma rede com quatro escolas na cidade de São Paulo – Aprendendo a Aprender, Concórdia, Horizontes e Liceu Santa Cruz e uma em Ourinhos – Saber –, no interior paulista. Conta ainda com um braço social, que mantém três creches em parceria com a Prefeitura de São Paulo: os Centros de Educação Infantil Campo Limpo IV, Mirá Orube e Pirajuçara.

A Pridea Comunicação assumiu a Assessoria de Imprensa do Grupo A com a missão de criar uma identidade de marca para além das unidades de ensino. Além disso, desenvolveu os sites das escolas, produtos para comunicação interna e todo trabalho de comunicação digital, incluindo o planejamento estratégico das redes sociais e a produção de conteúdo dos sites e outros canais digitais.

Atendimento: 01/07/2014 a 06/01/2017.



BRG – Berkeley Research Group

Criada em 2009, a BRG é uma empresa multinacional com experiência em Investigações Globais & Serviços de Assessoria em *Compliance* e Estratégia, com mais de mil profissionais distribuídos em 36 escritórios nos cinco continentes. Está presente nos Estados Unidos, Canadá, Kuwait, Austrália, México, China, Reino Unido, Colômbia, Cingapura e Panamá. A equipe da BRG para América Latina, atendida pela Atelier, tem forte expertise em: suporte a litígios, investigações de fraudes, busca de ativos, reestruturação, contabilidade e computação forense, *valuation, due diligence, compliance*, análise de crédito e consultoria em construção.

Atendimento: 25/08/2016 a 04/05/2019.

Handwritten signature
Handwritten mark



Edições Sesc

Pautada pelo conceito de educação permanente e acesso à cultura, as Edições Sesc São Paulo publicam livros em diversas áreas do conhecimento. Em diálogo com a programação do Sesc, a editora apresenta um catálogo variado, voltado à preservação e à difusão de conteúdos sobre os múltiplos aspectos da contemporaneidade. Além dos títulos impressos, as Edições Sesc vêm convertendo seu catálogo em e-books que podem ser adquiridos em lojas virtuais como Livraria Cultura, Livraria Saraiva e Amazon, e em aplicativos do Brasil e do mundo como Google Play e Apple Store.

Atendimento: 01/01/2018 a 01/01/2019.



Selo Sesc

Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online e reduz os lançamentos “físicos”), o Selo Sesc, pertencente ao Sesc São Paulo, surgiu em 2004 e oferece CDs e DVDs (além de versões em streaming) de música popular, instrumental, erudita e infantil, sempre seguindo a premissa de apoiar o registro de artistas que fazem a diferença e incentivar ações voltadas à educação e à diversidade de cultura.

Atendimento: 01/02/2014 a 30/11/2019.



Editora Contexto

Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis, a Contexto é uma das mais importantes editoras brasileiras. Com 30 anos de existência, a empresa tem foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo.

| | |
|---|--|
| | Atendimento: 01/03/2017 a 01/11/2018. |
|  | <p>Urban Systems</p> <p>Atuando no Brasil há 18 anos, a Urban Systems é uma empresa de inteligência de mercado e soluções estratégicas que busca mitigar riscos de investimentos em projetos de desenvolvimento urbano, imobiliário e econômico. Já realizou análises e estudos em mais de 500 cidades do Brasil, utilizando ferramentas de geoprocessamento, marketing e urbanismo. Anualmente produz o ranking de cidades inteligentes, que elege os municípios com melhor desempenho em área como educação, saúde, inovação e transporte.</p> <p>Atendimento: 09/04/2017 a 05/07/2017.</p> |
|  | <p>Chicago Travel & Tours</p> <p>Empresa do segmento turístico especializada no atendimento de brasileiros que viajam para Chicago a passeio ou a negócios. A Chicago Travel & Tours tem como principal diferencial a construção de roteiros customizados, elaborados a partir da necessidade de cada grupo ou viajante. A agência também cria pacotes relevantes de negócios, oferecendo experiências e imersões em instituições, universidades e serviços públicos.</p> <p>Atendimento: 21/12/2018 a 04/07/2019.</p> |
|  | <p>Instituto de Cultura Democrática (ICD)</p> <p>Promove o ideário democrático, por meio de cursos, conferências, seminários, congressos e outras atividades que possam contribuir para difundir e fortalecer esse valor no Brasil. Com forte trabalho na área de acervos, incluindo pesquisa da memória da política brasileira e ações para a</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>preservação de patrimônio histórico e cultural, o ICD atua em importantes projetos em todo o país. Além da Brado Retumbante (iniciativa que resgatou depoimentos relativos ao movimento Diretas Já, participou da vinda do líder espiritual Dalai Lama ao país. Realizou também, por exemplo, um encontro com o ganhador do prêmio Nobel da Paz Adolfo Pérez Esquivel, para promover campanha pela criação da Corte Penal Internacional do Meio Ambiente.</p> <p>Atendimento: 03/10/2011 a 06/05/2013.</p> |
|  | <p>Cozinhando na Escola</p> <p>O Cozinhando na Escola é um projeto de gastronomia educacional e pedagógico que acontece dentro da escola, oferecendo aos alunos a oportunidade de aprendizagem e vivência com insumos, utensílios e equipamentos apropriados para elaboração e criação de receitas com um toque da alta gastronomia, com orientação de consultores especializados.</p> <p>Atendimento: 04/03/2017 a 06/03/2018.</p> |
|  | <p>Food Service Company</p> <p>Fundada em 1988, é uma empresa de assessoria, planejamento, confecção de projetos e consultoria na área de gastronomia. Pioneira no Brasil, sendo hoje a maior do ramo, facilita e aprimora serviços operacionais de restaurantes, bares, hotéis e hospitais. Atua em todas as fases do processo, desde o projeto da obra até o treinamento de garçons, a definição do cardápio e inauguração, por exemplo.</p> <p>Atendimento: 05/02/2016 a 05/02/2019.</p> |
|  | <p>Pet Trends</p> |

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

É uma importadora e distribuidora de produtos *pet* multimarcas. Busca constantemente, no mercado internacional, por produtos diferenciados, de alta qualidade, durabilidade e ótima apresentação. Única representante no Brasil da empresa Petco, a maior rede de produtos pet dos Estados Unidos.

Atendimento: 01/06/2017 a 23/10/2018.



KoneLoko

O KoneLoko trouxe ao Brasil um conceito de alimentação da Bélgica. O modelo de lanchonete foca na oferta de batata frita no cone, com diferentes complementos, a preço justo e alta qualidade. Com unidades espalhadas pelo Estado, foca no bom atendimento, rápido e eficiente.

Atendimento: 04/05/2011 a 05/07/2019.



Incorplan Engenharia

A Incorplan Engenharia nasceu no ano 2000. A companhia já participou de dezenas de obras e consolidou-se na área de engenharia e construção, sobretudo em intervenções de Edificações Públicas e em Restauro de Patrimônio Histórico, em todo o Estado de São Paulo. Atua com equipe própria para realizar instalações elétricas, hidráulicas e de ar-condicionado. Ou seja, uma estrutura completa, que atende a todas as exigências dos clientes.

Atendimento: 12/03/2015 a 04/05/2017.



FormArte

A FormArte iniciou sua história há 20 anos, como Produtora Cultural, com foco em Educação. Com o passar dos anos, a Preservação da Memória e do Patrimônio Histórico se solidificaram em sua trajetória. Hoje, tem como desafio

| | |
|---|--|
| | <p>projetar e executar projetos sustentáveis, por meio de novas tecnologias que não agridam o Patrimônio. A empresa gerencia e estimula, via leis de incentivo à cultura, instituições a preservarem seu acervo e patrimônio.</p> <p>Atendimento: 05/09/2016 a 13/03/2019.</p> |
|  | <p>Chapa Democracia</p> <p>Concorrente nas eleições para o Conselho Deliberativo do Clube Atlético Paulistano (CAP), a Chapa Democracia é formada por candidatos e apoiadores que desejam maior participação dos sócios nas decisões do Clube sempre com ética, transparência e dedicação.</p> <p>Atendimento: 12/07/2017 a 04/12/2019.</p> |

ESTRUTURA FÍSICA; INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

A **Pridea Comunicação** está plenamente capacitada, tanto do ponto de vista humano/profissional, quanto em suas instalações e equipamentos, ao atendimento previsto neste edital. Tendo sua sede instalada à rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Pinheiros, a empresa busca atender com agilidade os objetivos e necessidades de cada cliente. Para isso, conta com equipes formadas por alguns dos melhores profissionais de comunicação do mercado, em São Paulo e em Brasília, especializados nas áreas de atuação de nossos clientes. As exigências relativas ao corpo de profissionais da empresa se estendem à rotineira atualização dos recursos e equipamentos disponibilizados para a melhor execução do trabalho.

Estrutura Instalada

A **Pridea** tem como sede um espaço corporativo de 200 m² de área útil, localizado na zona Oeste da cidade de São Paulo, entre dois grandes polos comerciais, as Avenidas Faria Lima e Paulista, com excelente acesso ao transporte público e serviços. Em um ambiente totalmente adequado às necessidades específicas do

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

trabalho de comunicação, os colaboradores da Pridea desenvolvem suas atividades em ambiente climatizado, confortável e integrado nas suas mais diversas áreas, a saber: Diretoria, Coordenadoria Executiva, Administrativo e Financeiro, Assessoria de Imprensa, Internet, Redes Sociais, Vídeos, Produtos Gráficos e Digitais e Monitoramento de Mídia, além de Sala de Reunião e Videoconferência, Suporte em TI, Copa, Cozinha e Banheiros.

Assessoria de Imprensa

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 6 aparelhos de telefone.
- 1 sofá de dois lugares, estante, objetos e vasos decorativos

Redes Sociais, Produtos Gráficos, Produtos Digitais e Design Gráfico

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Monitoramento de Imprensa, Coordenação Executiva e Produção de Relatórios

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Diretoria

- 2 estações de trabalho, com 2 mesas, 2 cadeiras, 2 computadores e 2 aparelhos de telefone
- 4 poltronas
- 2 gaveteiros
- 1 estante para livros e documentos
- 2 armários de apoio
- Material de trabalho e objetos decorativos

Departamento Administrativo e Financeiro

- 4 estações de trabalho, com 4 mesas, 4 cadeiras, 4 computadores e 4 aparelhos telefônicos
- 2 armários de parede e 2 armários-arquivo

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Departamento Técnico

- 1 estação de trabalho, com 1 mesa, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico

Sala de Reuniões e Videoconferências

- 1 aparelho de televisão 42'' da marca LG
- 1 mesa de madeira com 8 cadeiras
- 1 aparelho de telefone sem fio Siemens
- 1 sistema de comunicação digital Logitech, com câmera e microfone para videoconferência.
- 1 móvel de apoio para exibição de produtos
- 1 estação de trabalho, com 1 mesa de apoio, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico
- 1 aparelho de TV a cabo – NET

Material de Uso Comum

- 2 impressoras a laser – HP Officejet Pro 8610
- 1 máquina de café, chá e chocolate Saeco
- 1 estante com biblioteca de comunicação, acervo de livros e demais publicações
- 2 aparelhos de TV Samsung
- 2 aparelhos de TV a cabo – NET

Informática

- 30 computadores das estações de trabalho são e contêm:
- Modelo Desktop Dell Inspiron 3647 Core i3 3.0 Ghz 4 GB de RAM HD 500GB
- Monitores 19 polegadas Dell E1910 Widescreen
- Teclados, Mouse, USB, Quietkey, Português, Opti, Black
- Mouses Dell USB dois botões
- 2 estações de trabalho Imac Corel 3/4gb/1tb/27pol – OSX 10.11
- 2 notebooks DELL Vostro 3560 com processador Intel Core i3- 2.5Ghz 4GB de RAM HD de 500GB
- Sistema comunicação imediata via internet, Skype
- Gravador de voz Panasonic US 550

Sistemas Embarcados de Comunicação

- Mailing de Imprensa Maxpress
- Ferramenta digital de monitoramento de internet e redes sociais
- Plataforma digital de agendamento e posts no Instagram
- Photoshop, illustrator, InDesing, Premiere, ferramentas que permitem criação e edição de imagens, sites, produtos gráficos e digitais
- Banco de Imagem
- Plataforma para produção e edição de vídeos e animação
- Ferramenta de monitoramento e criação de e-mail marketing e outras funcionalidades para marketing e campanhas
- Sistema de envio de mensagens de texto via SMS para compartilhamento de informações e notícias
- Agenda Google compartilhada
- Plataforma para gravação e edição de áudios

Softwares

- Microsoft Office 2010 x 86
- Microsoft Office 2013 x 64
- Microsoft Office 2016 x 64
- Microsoft Windows 7 PRO x 86
- Microsoft Windows Server 2008 STD 64x
- Microsoft Office Mac
- Adobe Creative Cloud for Mac para equipes
- Microsoft Windows 10 Pro
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 4
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 5
- Mobiledit Compelson Mobiledit cell basic
- Corel Draw

Infraestrutura de TI Instalada

- 1 Link de internet NET 60MB

Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

- 1 Link de internet TIM Live 100MB
- 1 Link de Voz VIVO 10 canais
- 3 Pontos de TV por assinatura NET
- 2 Switchs 48 portas 100/1000
- 1 Patch Panel 48 portas CAT 6
- 1 Patch Panel 24 portas CAT 5
- 1 Roteador Cisco Dual Wan VPN Firewall
- 1 Servidor Dell PowerEdge R430 Intel Xeon 8GB de RAM HD de 1TB
- 1 Servidor Dell PowerEdge T110 Intel Xeon 4GB de RAM HD de 1TB
- 1 No Break 1500 KVA
- 2 No Break 300 KVA

Demais Equipamentos

Telefonia

- 1 Central Telefônica Siemens (Hipafh - Office pro) - capacidade 16 troncos e 52 ramais (1); Interfaces celulares (Chipcell) + kit de instalação (2); Aparelhos digitais KS 12 tx;

Imagem, som e vídeo

- 4 aparelhos de telefone celular Samsung
- 1 câmera fotográfica Olympus
- 1 câmera fotográfica digital GoPro 60 D e acessórios
- 5 câmeras fotográfica/vídeo Flip
- 1 câmera de vídeo DVCam - PD 150
- 1 câmera digital de vídeo Samsung
- 1 câmera HD de vídeo - HVR z1n
- 1 VT DV Cam DSR 1
- 1 VT HD HVR M15
- 2 microfones lapela ECM 55b

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

- 1 kit de Luz (spots de luz fria, 2 microfones de mão, (Akai e Shure), 1 bateria de longa duração, cabos de áudio, prolongas, tripés, 1 mesa de áudio Behringer
- Acervo de vídeos

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A **Pridea Comunicação** irá implantar um sistema de comunicação eficaz para atendimento às demandas de imprensa e comunicação da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, pasta vinculada ao Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

O atendimento durante toda a execução do contrato, contará com metodologia desenvolvida pela **Pridea**, que inclui rotinas e processos de sucesso comprovados pelos mais de 15 anos de atendimento ao poder público, com alguns dos mais complexos programas de comunicação integrada do Brasil. A metodologia engloba quatro etapas: **Diagnóstico, Planejamento, Implementação e Avaliação**.

As duas etapas iniciais – **Diagnóstico e Planejamento** –, desenvolvidas a partir das diretrizes e necessidades da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, serão base para o trabalho contínuo de **Implementação e Avaliação**, que acontecerão durante toda a extensão do contrato.

A seguir é apresentada a descrição de cada etapa, assim como a sistemática a ser adotada para garantir o melhor atendimento.

1 - DIAGNÓSTICO

Prazo de Execução:

Uma semana após a aprovação para início de trabalho

De imediato, a **Pridea** iniciará um diagnóstico da atual estrutura de comunicação, sobremaneira de imprensa, da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**. Tal ação será facilitada devido à experiência da pasta na área pública. Nesta fase será possível explorar os desafios, as variáveis e os eventuais problemas que possam

servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

Para o diagnóstico, os profissionais realizarão uma “imersão” em todas as áreas ligadas à **pasta**. Assim, serão detalhados os objetivos a serem alcançados, com a elaboração de um **cenário macro**, que inclui a análise retroativa da exposição em mídia e a interpretação de pesquisas desenvolvidas pela **Pridea** junto a jornalistas e formadores de opinião, conforme os detalhes abaixo explicitados:

- ✓ **Análise da exposição em mídia:** tal análise permite mensurar e avaliar a presença em mídia do **Governo do Estado de São Paulo**, ou seja, a “saúde da sua marca”. Auxilia sobremaneira na definição de parâmetros e objetivos. De imediato, a **Pridea** iniciará o monitoramento de mídia, ação que permitirá comparação em tempo real entre o passado e o presente, permitindo que o futuro seja planejado.
- ✓ **Cenário macro:** define a situação abrangente que a **Pridea** terá de enfrentar, em face dos objetivos definidos.
- ✓ **Interpretação de Media Audit:** a **Pridea Comunicação** aplicará um questionário junto aos principais veículos e formadores de opinião a fim de aferir o relacionamento entre esse público e o **Governo de São Paulo**. A ferramenta permite verificar a opinião da imprensa sobre temas e políticas públicas desenvolvidas pela entidade, além de aprimorar o relacionamento com os jornalistas por meio de um atendimento mais direcionado.
- ✓ **Objetivos a serem alcançados / cenário macro:** Com base nos dados coletados com as ações acima descritas, a **Pridea** irá elaborar objetivos a serem alcançados, com a determinação de metas a serem atingidas, sempre seguindo as premissas da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e da própria Secretaria Especial de Comunicação. Será executado um “road map” para a comunicação, com as seguintes ações táticas:
 - Criação de um cronograma de ações importantes, com possíveis oportunidades de comunicação a curto, médio e longo prazo;
 - Elaboração de matriz de riscos, com mapeamento de temas sensíveis e definição de abordagem a cada tema;

- Identificação de “influenciadores”, pessoas da mídia que podem levar mensagem adiante de maneira rápida e certa;
- Definição de mensagens-chave a serem difundidas via mídia;
- Elaboração de matriz de oportunidades, que irá gerar a difusão de serviços de relevância para a população.

2 - PLANEJAMENTO

Prazo de Execução:

5 dias após o diagnóstico

Este será o momento de pensar o futuro, de elaborar como será a base da comunicação da **Pridea**. Ao longo do tempo, a rotina permitirá que o trabalho se molde à expectativa da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, mas já de início a Agência irá elaborar um planejamento que servirá para definir ações de comunicação integrada.

A partir da coleta do diagnóstico, os profissionais da **Pridea**, com a experiência adquirida em anos de atendimento sequencial a contas públicas, além do conhecimento adquirido em demais clientes do setor privado, irão se reunir para elencar os seguintes pontos: objetivos, cronograma, prioridades, público-alvo, estratégias, porta-vozes, mensagens a serem transmitidas, plano de ação e plano de gestão de crises.

3 - IMPLEMENTAÇÃO

Prazo de Execução:

Início imediatamente após o término do planejamento

Todos os pontos elencados anteriormente têm como objetivo uma implementação eficaz de uma gestão de comunicação. Processos e métodos já testados e com resultados comprovados serão seguidos à risca, em uma estruturada rotina de trabalho. Isso irá maximizar os resultados positivos do Governo do Estado de São Paulo, aprimorando o diálogo com a população e, como consequência, a prestação de serviço.

A implementação terá compromisso permanente com a celeridade do atendimento, com a boa relação com a mídia, com a elaboração correta de materiais a serem distribuídos, com o cumprimento de prazos e com a oferta de *feed-back* constante à **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e à Secretaria Especial de Comunicação (Secom). Além do atendimento reativo, a equipe de comunicação da Pridea estará apta a colocar em prática ações proativas planejadas. Todas as atividades terão em comum procedimentos pré-definidos, permitindo, assim, a otimização de projetos e ações. Os seguintes documentos serão elaborados de acordo com o assunto a ser tratado:

- Calendário de atividades, eventos, possíveis problemas e oportunidades;
- Papers de posicionamento, Q&A e demais informações;
- Indicações de melhores práticas e procedimentos para gestão de crises;
- Press-kits;
- Mailings de imprensa;
- Perfis de veículos, jornalistas e demais formadores de opinião;
- Contatos de porta-vozes e demais técnicos e gestores da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**;
- Mapa de tarefas;
- 2 Relatórios diários de atividades.

4 - AVALIAÇÃO

Prazo de Execução:

Imediato, ocorrendo em concomitância à implementação

Além dos dois relatórios de atividades diários, a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e a Secretaria Especial de Comunicação receberão um relatório quinzenal e um relatório mensal de avaliação. A saber:

- O primeiro sobre a estratégia no período, com resultados obtidos, além de propostas para os 15 dias seguintes;
 - O segundo, com o consolidado do mês anterior.
- (mais abaixo pormenorizamos como serão os relatórios).

Todas as ações realizadas pela equipe da **Pridea Comunicação** terão mensuração constante, permitindo alterações e adequações ao longo de sua execução. Os resultados serão aferidos mediante a exposição de mídia e seu impacto na sociedade. A avaliação dos objetivos mais abrangentes poderá ter o apoio de pesquisas de opinião. Tanto a análise de mídia quanto a avaliação de resultados permitirão revisão periódica do diagnóstico e do planejamento, permitindo a redefinição, se assim for preciso, de estratégias e até objetivos.

Metodologia de Atendimento

A **Pridea** irá formar um grupo de profissionais que trabalhará diretamente para o atendimento ao solicitado neste edital para a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, de maneira integrada. A metodologia que será colocada em prática para o atendimento ao serviço deste edital foi desenvolvida ao longo dos anos de experiência da Agência junto ao atendimento de contas públicas e gerenciamento de crise em diversos clientes.

No total, **06 jornalistas** estarão à disposição da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e da **Secretaria Especial de Comunicação**, conforme determina a carga horária no edital, para serem alocados onde a pasta definir, para melhor aproveitamento de informações. Esses profissionais também estarão em constante contato com os demais colaboradores da **Pridea Comunicação**, de diferentes experiências, formações e capacidades, para uma troca de informações que tem se mostrado sempre proveitosa.

A equipe trabalhará presencialmente no período das 6h às 22h, diariamente. Após esse horário, profissionais se manterão de plantão telefônico por meio do celular. Aos finais de semana e feriados haverá equipe de plantão 24 horas por dia, presencialmente ou por telefone. Haverá acompanhamento de eventos e agendas dos gestores. E em quaisquer dias e horários os profissionais poderão ser demandados para atendimento presencial.

A Agência se compromete a garantir a presteza e qualidade do serviço, obrigatoriamente cumprindo as exigências de formação básica e experiência profissional comprovadas.

De forma sucinta, a **Pridea** elenca abaixo processos para o pronto atendimento que poderão ser implantados conforme a definição da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, garantindo, assim, o intercâmbio

permanente de informações, avaliação de prioridades, fornecimento de rápidas respostas à imprensa e oportunidades de ações junto à mídia.

- Reunião semanal para planejamento;
- Reunião mensal para apresentação de resultados;
- Reunião mensal para avaliação de resultados, oportunidades e próximas ações.

Todos esses procedimentos poderão ocorrer de maneira online, se assim desejar a **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e a Secretaria Especial de Comunicação.

Modelo

É importante ressaltar que a **Pridea** atua de maneira planejada e organizada para atendimento à imprensa. Por isso, define um modelo que inclui metas e objetivos para cada profissional, além de responsabilidades.

Além disso, a **Pridea Comunicação** exige que seu time de assessores interaja com jornalistas e apure de maneira completa as pautas solicitadas. Um protocolo de indagações é incentivado, buscando levantar todos os pontos de dúvidas e necessidades do jornalista solicitante.

O trabalho de busca por informações também é outro ponto a ressaltar. Muitas vezes, mais do que apurar corretamente a pauta a ser respondida, o trabalho de verificação interno, no órgão ou empresa-cliente, é mais importante. Além dos dados a serem respondidos, a equipe da **Pridea** se aprofunda e procura diferenciais, números e novidades para compor as narrativas.

O mesmo acontece na proposição de pautas. A **Pridea** não abre mão do trabalho propositivo (quando o assessor de imprensa sai à frente a sugere pautas ao colega jornalista que trabalha em veículo de comunicação), que deve acontecer diariamente, e de maneira segmentada, sempre completando o trabalho reativo (quando recebe-se demanda de imprensa).

Os principais horários das redações são respeitados, assim como todos os profissionais e influenciadores são mapeados por área de interesse, fazendo com que o contato seja feito de modo a facilitar a rotina do profissional e aumente seu interesse pelo assunto que está sendo oferecido pela assessoria de imprensa.

Todo dia, a equipe coordenada pela **Pridea Comunicação** deve enviar releases à imprensa, segmentando o assunto tratado, tanto por tipo de veículo, abrangência (regional, estadual e nacional) e assunto. O procedimento potencializa as chances para o tema ganhar espaço na imprensa regional e nos diferentes tipos de mídia.

Treinamento de Porta-Vozes e Mailing

A utilização de porta-vozes é constante, já que é valorizada pela imprensa, exatamente por propiciar explicação pormenorizada sobre o assunto tratado. Todos os porta-vozes são previamente selecionados e capacitados, exatamente para que passem de maneira clara a mensagem mais correta. O objetivo é fixar mensagens, alinhar discursos e reforçar técnicas que proporcionem mais eficácia aos porta-vozes em dezenas de situações, inclusive gestão de crise.

Porta-vozes bem preparados podem ser fortes aliados em estratégias de comunicação. A sensibilização de gestores para a importância da comunicação faz parte deste treinamento. O alinhamento do discurso é essencial para evitar percepções errôneas.

Além disso, um mailing com cerca de 52 mil jornalistas e 14 mil veículos, em todo o Brasil, é rotineiramente utilizado, para grandes divulgações ou com segmentação, em um sistema que permite escolher a(s) editoria(s) de interesse, sempre com pelo menos um jornalista por veículo.

Relatórios

Diariamente, a **Pridea** enviará à **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e à Secretaria Especial de Comunicação relatórios de trabalho de seus profissionais. Serão dois envios diários: um no início da tarde – relatando demandas e providências da área de Comunicação no período da manhã, e um à noite completo, com a previsão de reportagens para o dia seguinte e o ocorrido durante todo o dia.

Além disso, outros dois relatórios serão produzidos. O quinzenal: com estratégias e resultados do período anterior, assuntos planejados anteriormente para divulgação ou esclarecimento, reportagens obtidas, reportagens neutralizadas e reportagens derrubadas, além de números sobre matérias positivas, negativas e neutras e tempos de entrevistas de gestores. O mensal: relatório geral sobre o trabalho da Assessoria de Imprensa e Comunicação. Este relatório terá:

- **Sumário executivo:** texto resumindo o acontecido em relação à imprensa no mês, com as ações tomadas pela Assessoria;
- **Resumo numérico de atividades:** tabela com números relativos a atendimentos à imprensa, follow-ups, apurações, textos publicados e materiais produzidos;
- **Atendimentos a pedidos de veículos:** tabela com a quantidade de atendimentos à imprensa, com separação para cada jornal, TV, rádio, site de notícias e emissoras de TV de todo estado;
- **Follows realizados:** cópias de todos os follow-ups realizados no período, incluindo o release enviado à imprensa;
- **Atividades desempenhadas dia a dia:** com separação por data, todas as atividades dos profissionais realizadas em cada dia do mês;
- **Análise de exposição na mídia:** gráficos que demonstrem a avaliação diária de reportagens, com, além do total, segmentações por tipo de veículo, órgão afetado, cidade veiculada e veículo;
- **Matérias publicadas na mídia:** cópia de todas as reportagens publicadas na imprensa sobre o órgão, no período;
- **Papers produzidos;**
- **Eventos e Produtos:** lista explicativa de todos os eventos realizados pelo órgão, com suas respectivas informações;

- Planejamento Estratégico e Operacional: descritivo da elaboração de ações estratégicas a curto, médio e longo prazo;
- Monitoramento de Imprensa: resultado no período do monitoramento de imprensa, identificando o veiculado sobre o assunto no mês anterior.

Divisão da Equipe – 06 Profissionais

- **Coordenação Geral**

Será a chefe da equipe, sempre em trabalho conjunto com os profissionais da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** e da Secretaria Especial de Comunicação. Durante todo o dia, o contato entre a Secom e o coordenador-geral será rotineiro. Este profissional será o responsável por manter a linha de conduta da equipe fiel ao indicado pela Secretaria Especial de Comunicação, além de avaliar e planejar estrategicamente, em conjunto com os profissionais da Pridea, contatos e reuniões entre membros dos órgãos e da imprensa e apoiar a seleção e qualificação de porta-vozes para contato com profissionais de mídia. Juntamente com os colaboradores alocados na Pridea, o coordenador-geral terá reuniões semanais com gestores da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** para definições de pautas, agenda da semana e ajustes que se fizerem necessários.

Coordenação Geral: **Flávia Gonzalez de Souza Braz**

- **Gerência de Imprensa - Manhã**

Profissional responsável pelo atendimento a veículos neste período (especialmente emissoras de TV com telejornais matinais e rádios, que costumam concentrar demandas neste horário). Também será responsável pelo envio de releases à imprensa, de acordo com estratégia de conseguir mais espaços na imprensa, e pelo início de trabalho de follow-up, com sugestões de assuntos a serem abordados pela mídia. Os releases já serão preparados antecipadamente. Todas as respostas passadas à imprensa, assim como sugestões de notas ou dados, deverão ser autorizadas pelo coordenador-geral, que estará constantemente em contato com os gestores da pasta e da Secretaria Especial de Comunicação.

Gerente de Imprensa: **Juliana de Sordi Gattone**

- **Gerência de Imprensa - Tarde/Noite**

Além de dar sequência ao trabalho iniciado na parte da manhã pelo outro gerente de imprensa, este profissional completará o trabalho de follow-up e terá a incumbência de manter o atendimento a todos os veículos previamente ativados e entrar em contato com outros.

Também será responsável pelo chamado fechamento do dia, atuando tanto na produção do relatório que subsidiará a Secretaria Especial de Comunicação com as demandas do dia seguinte, como também garantirá que todos os veículos de imprensa recebam os materiais necessários para as pautas da manhã ou eventuais agendas que surjam no decorrer do dia.

Gerente de Imprensa: Enio Lucciola Lopes Gonçalves

- **Assessor de Imprensa**

Este profissional será o responsável pela interlocução direta com jornalistas, veículos de mídia e formadores de opinião no período da tarde até o fechamento do dia. Estará em contato respondendo a todas as demandas e oferecendo pautas e sugestões de conteúdos jornalísticos que possam virar matéria. Dará todo suporte à Gerência de Imprensa e manterá os profissionais da Secretaria Especial de Comunicação informados sobre o trabalho. Também criará o relatório a ser enviado à Comunicação do **Governo do Estado de São Paulo** com as matérias relacionadas à **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**.

Assessor: Ana Lucia Venerando

- **Gerência de Banco de Dados**

A Pridea manterá um jornalista dedicado ao gerenciamento de informações da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**, tendo a incumbência de atualizar o banco de dados para subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação, de acordo com suas demandas, especialmente para eventos e reuniões do governador ou superintendente. Também produzirá relatórios sobre ações, projetos e serviços e fornecerá, sempre que necessário, dados importantes para as próprias Unidades de Imprensa do Governo, oferecendo subsídios, com o olhar de jornalistas, para divulgações e atendimentos à imprensa.

Gerente de Banco de Dados: Décio Trujilo Junior

- **Gerência de Pautas, Eventos e Assuntos Especiais**

Um jornalista será o responsável pela busca de pautas, ou seja, a pessoa que buscará dentro da entidade assuntos que possam ser disseminados para a imprensa dentro das diretrizes e coordenadas da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**. Os assuntos serão alinhados e discutidos no âmbito da Secretaria Especial de Comunicação e poderão pautar agendas e compromissos do Governador do Estado. Esse profissional também cuidará da criação de sugestões de eventos e de seus respectivos planejamentos. Também ficará a cargo deste profissional a redação de artigos a serem assinados por gestores da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico** ou outras fontes indicadas pela Secom.

Gerente: Marcelo Moreira da Silva

Organograma Equipe Secretaria de Desenvolvimento Econômico

