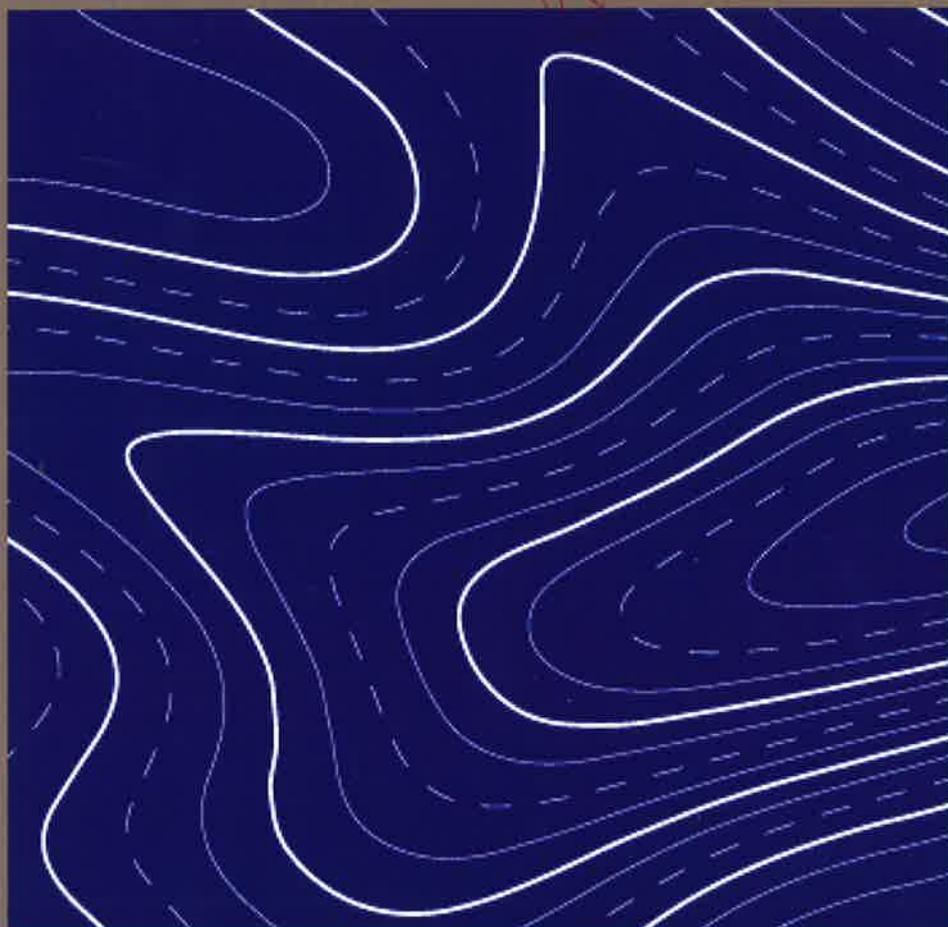


# CONCORRÊNCIA N° 07/2021

PROPOSTA  
TÉCNICA



SECRETARIA DO  
TURISMO

## PROCESSO SEGOV-2021/01945

RPMA

 **SÃO  
PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

QUESTO

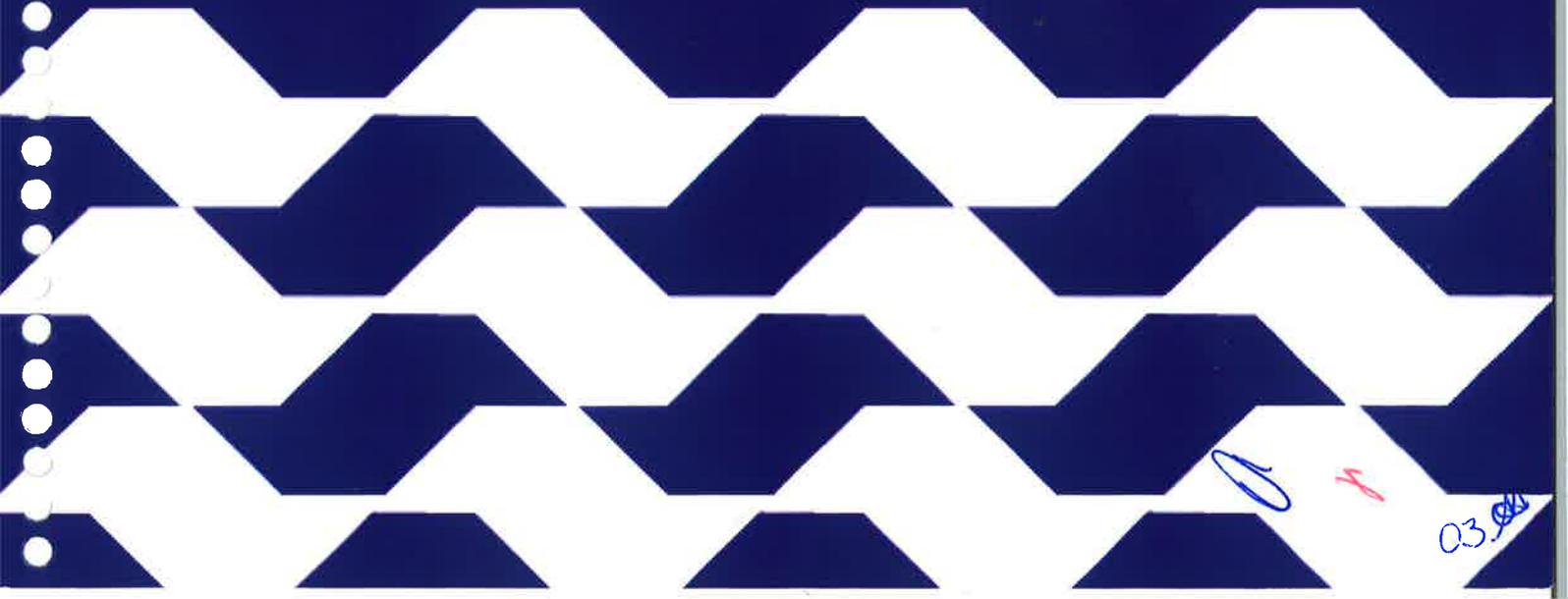
PROPOSTA  
PARA O TEMA  
DO EXERCÍCIO  
CRIATIVO

02

SUBQUESTO

1

RACIOCÍNIO  
BÁSICO



0

8

03.98

## 1. Raciocínio Básico

O Estado de São Paulo é uma potência latente para o turismo, fazendo com que o Governo do Estado, por meio da Secretaria de Turismo, considere o setor imprescindível para o desenvolvimento socioeconômico e sustentável da região. Essa força é evidenciada pelos resultados das ações da Pasta até o início de 2020, antes da pandemia. Tanto o Produto Interno Bruto (PIB), quanto o número de turistas e a arrecadação vinham em patamares crescentes e acima da média nacional. Em 2019, foram R\$ 222 bilhões de faturamento, o que representa 9,3% do PIB paulista, gerando mais de 50 mil empregos diretos.<sup>1</sup> E não é para menos. Sua capital, de mesmo nome, é a grande metrópole nacional, o que por si só já lhe traz inúmeras vantagens e atrativos para o turismo, de lazer e negócios. Não bastasse, o interior do Estado e o litoral são formados por lindas paisagens, com diversas opções de lazer, aventura e gastronomia. Tudo coroado com boa infraestrutura e a melhor malha rodoviária do Brasil, concentrando as 20 melhores estradas do país<sup>2</sup>.

Para melhor aproveitamento de todo esse potencial e cumprindo a sua função de *“promover o turismo como atividade econômica de forma estratégica, contribuindo para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o Estado”*, a Secretaria lançou, no final de 2020, o Plano Turismo SP 20 30. O objetivo é transformar o Estado de São Paulo em referência nacional e internacional a partir de uma nova forma de turismo, apoiada em uma nova concepção das atividades e dos produtos com foco em inovação, empreendedorismo, sustentabilidade, inclusão, acessibilidade, pluralidade e diversidade, sem deixar de lado a preocupação com a segurança. Ao alinhar as principais vocações do Estado com articulações políticas, econômicas e institucionais, São Paulo pode se tornar protagonista do turismo do futuro e um destino turístico cada vez mais competitivo nacional e internacionalmente, contribuindo, ainda, para a boa imagem do Brasil no exterior. Para destacar a importância do setor na economia, desenvolvimento regional e geração de empregos, em maio/21 a Pasta passou a se chamar **Secretaria de Turismo e Viagens**<sup>3</sup>.

A criação das 4 rotas cênicas é exemplo das ações decorrentes do Plano, ao lado de diversas outras atividades como a implantação do Politurismo SP, um dos maiores hubs de inovação em turismo do mundo, a formação de distritos turísticos, a transformação do centro

<sup>1</sup>Disponível em <https://www.turismo.sp.gov.br/plano-turismo-sp-20-30>. Acesso em 22/12/21.

<sup>2</sup>Disponível em <https://bityli.com/TQ0hkxk>. Acesso em 21/12/21.

<sup>3</sup>Disponível em <https://bityli.com/4aY48KT>. Acesso em 22/12/21.

de São Paulo para se tornar um marco histórico e cultural para a América Latina, a instituição de um marco normativo para facilitar investimentos privados e a criação do Centro de Inteligência de Turismo (CIT), entre outras mais. Com início de entregas previsto para 2022, o projeto Rota Cênica se encaixa adequadamente nos anseios atuais da população em um momento em que o número de casos de Covid-19 está mais controlado, graças ao avanço da vacinação. Após um período com perda de muitas vidas, de atividades restritas e insegurança quanto ao futuro, pesquisa realizada por uma empresa privada mostra que 68% dos brasileiros afirmam estar buscando por experiências em detrimento aos bens materiais<sup>4</sup>, 88% prezam por experiências que possam desfrutar com famílias e amigos e 79% estão sempre em busca de visitar novos lugares e fazer coisas nunca experimentadas antes, enquanto aprendem sobre novas culturas.

Sucesso em diversos países do mundo, em São Paulo as rotas cênicas terão infraestrutura com mirantes, paradores, espaços para alimentação, *skywalk*, pontos comerciais e outros atrativos, permitindo que o objetivo da viagem não seja apenas o destino final, mas sim todo o caminho até lá. É uma transformação da experiência do turista com as estradas paulistas. Inicialmente serão quatro regiões com rotas cênicas: Vale do Paraíba, única que contará com investimento próprio do governo; Serra da Mantiqueira, Circuito das Águas e Litoral Norte. Os projetos envolvem três secretarias (Turismo, Meio Ambiente, Transportes & Logística), além das prefeituras das regiões e a iniciativa privada.

Os investimentos da Pasta para a expansão do turismo incluíram também repasse no ano passado de mais de R\$ 220 milhões para continuação e conclusão de obras em andamento para que as 210 cidades turísticas do Estado estivessem mais bem preparadas para a retomada das viagens no pós-pandemia.<sup>5</sup> Em 2021, até setembro foram repassados pelo Estado R\$ 108 milhões para obras e melhoria de infraestrutura em estâncias e municípios de interesse turístico.

Para entender a percepção de imagem da Pasta e do Projeto Rota Cênica, a RPMA analisou cerca de 100 matérias publicadas na imprensa entre 1/1/2020 e 1/12/2021 e realizou o mapeamento e análise de mais de 6 mil menções<sup>6</sup> nas redes sociais no mesmo período, sobre a Secretaria, o Projeto, as regiões das rotas e o turismo em São Paulo, além de incontáveis menções com o termo “viagens”. Entre os resultados é possível perceber que as Rotas Cênicas ganharam espaço relevante positivo na mídia tanto nos anúncios realizados pela Pasta quanto

<sup>4</sup> Disponível em <https://bitly.com/AWiNeHL>. Acesso em 23/12/2021.

<sup>5</sup> Disponível em <https://bitly.com/pc38UpX>. Acesso em 23/12/2021.

<sup>6</sup> Análise realizada pela RPMA com uso da ferramenta de inteligência artificial *Stilingue*

1

05-11

0

em entrevistas do secretário Vinicius Lummertz, porém ainda não têm visibilidade nas redes sociais. As menções ao tema foram quase inexistentes (13 em 2021) e não há canais próprios do projeto em funcionamento.

É possível notar ainda o protagonismo do atual secretário no que diz respeito à presença da Pasta na mídia. O tom do discurso é positivo e ressalta a atuação da Secretaria e do Governo do Estado na realização de ações que promovam o desenvolvimento de São Paulo e apoiem a retomada do crescimento.

Quanto às regiões, vimos que o Litoral Norte teve pico de menções no período férias de final de ano; a Serra da Mantiqueira entre janeiro e abril, o que pode indicar a busca por um refúgio ao ar livre durante o período de pandemia; o Circuito das Águas teve maior número de menções no segundo semestre, a partir de julho; e o Vale do Ribeira teve um grande número de citações em períodos alternados, indicando também a presença da região nas redes por outros assuntos além de turismo.

Diante de todo o contexto exposto, vemos que a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo tem em 2022 um excelente momento para a comunicação, sendo o projeto Rota Cênica uma oportunidade relevante para:

- promover e posicionar o Estado de São Paulo como destino desejado nacional e internacionalmente, com foco na inovação dos serviços e produtos, aliada à boa infraestrutura;
- ampliar o turismo “local” com a população paulista;
- contribuir para o fortalecimento da imagem da Pasta e do Governo do Estado a partir dos investimentos para o desenvolvimento na área de turismo como forma de impulsionar o crescimento socioeconômico e a geração de empregos;
- desenvolver uma linha de comunicação da Pasta com foco na promoção de experiências para o turista;
- estruturar uma comunicação estratégica de curto, médio e longo prazo, planejada e estruturada, com os públicos da Pasta;
- mitigar eventuais sensibilidades do turista quanto ao Estado de São Paulo e reforçar os aspectos relacionados à segurança nas viagens.

SUBQUESITO

2

PLANO DE AÇÃO  
ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO  
COM A MÍDIA



SUBQUESITO

3

PLANO DE AÇÃO  
AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS  
PELA CONTRATADA



SUBQUESITO

4

PLANO DE AÇÃO  
MATERIAIS A SEREM  
DESENVOLVIDOS



## 2. Plano de Ação | Estratégia de Relacionamento com a Mídia

Pesquisa realizada pela inglesa *Euromonitor International*, indica uma tendência global da valorização da experiência que vem sendo ampliada ano após ano desde 2009 e que se reflete em todos os setores, produtos e serviços. A expectativa é que, em todo o mundo, os gastos dos consumidores com experiências saltem de USD 5,8 trilhões em 2016 para USD 8 trilhões em 2030<sup>7</sup>. Com a pandemia causada pelo SARS-CoV-2, a partir do início de 2020, todos sentimos que esse desejo por “viver” ao invés de “ter” tornou-se ainda mais presente na população em geral.

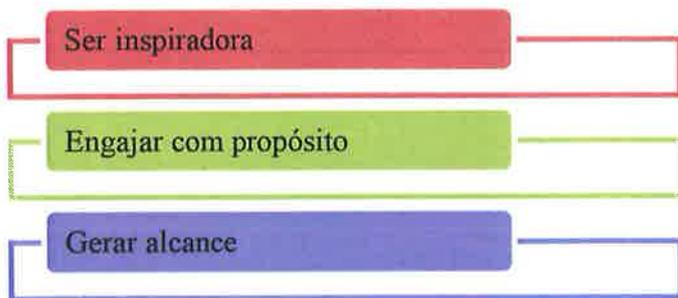
É exatamente esse o caminho que queremos seguir em nosso Plano de Ação, estabelecendo uma comunicação com foco na promoção da experiência do viajante. Não divulgaremos destinos ou projetos, mas sim tudo o que o turista poderá vivenciar e sentir nas 4 rotas cênicas paulistas.

Para nortear todo o trabalho de comunicação que será aqui desenvolvido, traduzimos nosso Plano de Ação no conceito criativo **“Descubra todas as cores, histórias e paisagens de São Paulo – Rota Cênica SP”**, ilustrado ao lado, que servirá como inspiração para a estratégia e o desenvolvimento das ações e materiais que serão apresentados a seguir. O conceito se alinha à iniciativa SP PRA TODOS, da Secretaria de Turismo.



A estratégia, definida a partir de todo o contexto já apresentado, está apoiada em três verticais alinhadas às mais modernas tendências de comunicação e aos atuais anseios da sociedade:

<sup>7</sup>Disponível em <https://www.euromonitor.com/article/busca-por-mais-experiencia-de-viagens-e-menos-bens-materiais>. Acesso em 21/12/21.



**Ser inspiradora:** Diz respeito à produção de conteúdos que apresentem e posicionem as 4 rotas cênicas como experiências inspiradoras, criativas e únicas, convidando à visita dos lugares. Queremos que elas se tornem destinos desejo, aqueles que todos querem conhecer;

**Engajar com propósito:** Para ampliar a proximidade com os viajantes e apresentar as 4 rotas como exemplo de turismo do futuro, vamos dar destaque na comunicação aos atributos que mantêm links com as demandas atuais da sociedade, como acessibilidade, sustentabilidade, apoio ao empreendedor, segurança.

**Gerar alcance:** Queremos que todos que têm interesse por viagens, cultura e lazer conheçam as 4 rotas cênicas. Para tanto, manteremos um calendário estratégico contínuo de divulgações e ações, em diferentes canais, que permitam o alcance dos diferentes públicos da Secretaria no que diz respeito às 4 rotas cênicas.

Por meio da imprensa, falaremos com os principais públicos mapeados como estratégicos para o tema:

<p><b>Imprensa</b></p>	<p>Nosso principal meio de contato com os demais públicos. Falaremos com jornalistas de veículos da imprensa nacional, regionais, correspondentes e especializados (trade) de turismo, blogs e portais on-line, além dos canais digitais de jornalismo e/ou de jornalistas no YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, Spotify, entre outros.</p>
<p><b>Influenciadores</b></p>	<p>Estamos falando aqui de pessoas que ganham espaço na mídia ou nas redes sociais abordando, não necessariamente de forma exclusiva, temas relacionados a viagens e turismo. Incluímos também pessoas das localidades em que passam as rotas cênicas e que podem se tornar influenciadoras.</p>

09

<b>População em geral (viajantes)</b>	Nosso maior público. Tratamos aqui da população local (Estado de São Paulo), mas também do Brasil como um todo e, de forma mais ampla, o público internacional.
<b>Comunidades</b>	São os moradores e empreendedores das localidades em que passarão as rotas cênicas.
<b>Investidores</b>	Empresas que podem ter interesse no investimento para desenvolvimento das regiões impactadas pelas rotas cênicas e/ou na participação da implantação do projeto em si.
<b>Prefeituras, demais secretarias do Governo e outros órgãos públicos</b>	Incluimos aqui todos os órgãos públicos que são fundamentais para o sucesso do projeto Rota Cênica SP, incluindo os financiadores, como InvestSP, Desenvolve SP e Banco do Povo.

Adotaremos uma comunicação ágil e eficaz para a comunicação com nossos públicos, com ferramentas e ações que nos permitam explorar ao máximo os canais digitais de imprensa. Queremos que as rotas cênicas sejam queridinhas pelas pessoas antes mesmo de conhecê-las presencialmente. Para tanto, realizaremos coletivas digitais no lançamento das rotas e *press trips* em diferentes momentos com imprensa e influenciadores.

Um hub de conteúdo e inovação apoiará o nosso dia a dia, produzindo continuamente materiais em texto, áudio e vídeo que serão utilizados em nossas divulgações e contatos com os públicos. Chamaremos a atenção da imprensa para todas as etapas do projeto e faremos um workshop com foco no Turismo do Futuro. Teremos ainda um dossiê interativo sobre o Rota Cênica SP e uma newsletter mensal para a imprensa. Produziremos conteúdo para guias rápidos de acesso por celular, com histórias e curiosidades de cada uma das rotas, indicação das atrações, relação e contato de comércios e serviços locais, mapas, horários de eventos. Outro material para atrair a atenção para o projeto será o conteúdo para um e-book sobre rotas cênicas no mundo, disponível para download gratuito. Grupos de WhatsApp e Telegram para “fãs” das rotas serão criados para compartilhar informações sobre eventos nas localidades ao longo do ano, além de um podcast mensal. Para a comunidade, realizaremos encontros locais para a apresentação prévia dos projetos e teremos um boletim informativo. No longo prazo, criaremos um “Passaporte” Rota Cênica SP, estimulando a viagem por todo o circuito.

Como apoio, teremos um mailing segmentado por tipos de veículos e regiões elaborado com o apoio de ferramentas de inteligência artificial, garantindo maior assertividade nas

10

divulgações e o monitoramento contínuo de imprensa e redes sociais em busca de oportunidades e pontos sensíveis a serem trabalhados na comunicação.

O principal porta-voz será o secretário da Pasta com apoio de outros profissionais, como do coordenador de turismo, que serão identificados em conjunto com a Secretaria antes do início dos trabalhos. Todos passarão por uma sessão de media training para alinhamento das mensagens desejadas sobre o projeto. As prefeituras e demais órgãos governamentais também se tornam porta-vozes do projeto e devem estar alinhados quanto às mensagens que desejamos comunicar aos públicos.

As mensagens-chave serão definidas em conjunto antes da implementação das demais ações, mas algumas já se apresentam como relevantes:

- O turismo tem força para ser um dos responsáveis pelo desenvolvimento socioeconômico do Estado e contribuir diretamente para a geração de empregos.
- O Governo do Estado, por meio da Secretaria de Turismo e Viagens, está concentrando esforços para tornar São Paulo referência nacional e internacional para o turismo.
- São Paulo será o turismo do futuro, com infraestrutura, produtos e serviços inovadores e que valorizam as culturas locais e agregam sustentabilidade, acessibilidade, diversidade, entre outros pontos positivos.
- As rotas cênicas são exemplo de uma nova forma de turismo em São Paulo, em que o conceito tradicional de viagem é transformado para que o caminho na estrada passe a ser parte do destino.

Por fim, propomos um cronograma de 12 meses, capaz de contemplar as diferentes sazonalidades para cada uma das regiões das 4 rotas cênicas paulistas. Apesar de ainda não conhecermos as datas definidas para cada uma das entregas do projeto, para efeito desse exercício, consideramos tanto a realização de ações de inauguração quanto de divulgação.

**Principais resultados esperados**

- Rotas cênicas paulistas conhecidas pelo público e estabelecidas como destinos desejados pelos viajantes;
- Incremento do turismo dentro do estado de São Paulo, mas também atração de turistas de outras localidades do Brasil e do exterior;
- Reconhecimento dos esforços do Governo do Estado e da Secretaria para o desenvolvimento socioeconômico e a geração de empregos.



### 3. Plano de Ação | Ações a serem desenvolvidas pela contratada

Apresentamos a seguir as ações e materiais que propomos para a implementação do Plano de Ação que, apoiado nas verticais de nossa estratégia, nos levará aos resultados esperados indicados.

**Coletivas de imprensa digitais:** Na inauguração de cada uma das quatro rotas cênicas promoveremos eventos híbridos (com participação de convidados presenciais e on-line). O secretário terá um momento de fala para apresentação dos investimentos turísticos e demais atrativos da região. Serão ressaltados também os diferenciais de segurança, sustentabilidade, apoio ao empreendedorismo, acessibilidade, entre outros, sempre com exemplos concretos de cada um dos atributos. Jornalistas e influenciadores presentes serão convidados a percorrer o trecho em caravana. Como apoio, compartilharemos digitalmente com a imprensa o conteúdo para os guias digitais sobre cada uma das rotas, que serão apresentados no subquesto 4.

**Press trips:** Ao longo do ano serão organizadas diversas *press trips* para que jornalistas e influenciadores vivenciem a experiência das rotas cênicas. Teremos viagens em grupos e individuais. No primeiro caso, organizaremos turmas por editoria: turismo, sustentabilidade, viagens com famílias, negócios em turismo, regionais, esportes, arquitetura, gastronomia etc. No segundo, faremos ações exclusivas em que um jornalista ou influenciador será convidado para dividir sua experiência. Exemplos: mulheres que viajam sozinhas, fotografia nas rotas cênicas, uma viagem a dois por uma das rotas cênicas, desafio 4 rotas em 4 finais de semana, entre outras possibilidades. Canais digitais da imprensa e TV serão o principal foco dessa ação, sem, no entanto, deixar de lado os jornais de grande circulação.

**Workshop “O turismo do futuro e as Rotas Cênicas SP”:** Evento digital a ser conduzido pelo secretário e participantes da elaboração do Plano Turismo SP 20 30. O objetivo é mostrar como o turismo em São Paulo está sendo transformado, com planejamento e inovação, sendo as Rotas Cênicas um exemplo das ações.

## Rota Cênica SP

APRESENTAR COMO O TURISMO EM SÃO PAULO ESTÁ SENDO TRANSFORMADO, COM PLANEJAMENTO E INOVAÇÃO, SENDO AS ROTAS CÊNICAS UM EXEMPLO DAS AÇÕES. QUEREMOS DESTACAR OS ATRIBUTOS POSITIVOS DAS ROTAS, COMO ELAS SÃO SUCESSO EM DIVERSAS PARTES DO MUNDO E O QUANTO CONTRIBUEM PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL E ESTADUAL

LOCAL: PALACIO DOS BANDEIRANTES

DATA: A DEFINIR

SP PRA TODOS

INVESTSP

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO



Queremos destacar os atributos positivos das rotas, como elas são sucesso em diversas partes do mundo e o quanto contribuem para o desenvolvimento local e estadual. Como material complementar, entregaremos digitalmente o Dossiê Rotas Cênicas SP, apresentado nas próximas páginas.

**Criação de hub de conteúdo e inovação:** A regularidade da comunicação e a oferta de conteúdo atrativo são fundamentais para garantir o alcance e o engajamento dos públicos mapeados. Para nos apoiar nessa tarefa, além de um Mapa de Divulgação, apresentado no próximo subquesto, iremos implementar um hub de conteúdo e inovação. O objetivo é que esse hub produza conteúdo em diferentes formatos (também detalhado no subquesto 4) e, a partir dos resultados do monitoramento da mídia e redes sociais (ver no próximo item), mantenha um olhar constante para a proposição proativa de ações especiais capazes de gerar exposição positiva para as rotas cênicas paulistas.

**Monitoramento da mídia e redes sociais:** Com o apoio de ferramentas de inteligência artificial, manteremos um monitoramento constante da presença das rotas cênicas paulistas na mídia e nas redes sociais (em conjunto com a equipe de comunicação digital da Pasta), bem como de outros temas relacionados ao turismo. O objetivo é identificar tendências e oportunidades para a realização de ações especiais ou sugestão de pautas e, também, de mitigar eventuais sensibilidades que eventualmente se façam presentes.

**Encontros locais com a Comunidade:** Para aproximar, esclarecer dúvidas e mitigar qualquer eventual sensibilidade da Comunidade em relação ao projeto, realizaremos encontros locais com a Comunidade. Em uma escola estadual da maior cidade de cada rota, um representante da Secretaria irá realizar um bate-papo informal, com apresentação do projeto, das possibilidades de desenvolvimento da região e abertura de espaço para esclarecimento de dúvidas da população. Se necessário, e viável, poderão ser realizados, com o mesmo intuito, encontros em mais de uma cidade de cada uma das quatro regiões de rotas cênicas.

**Grupo de WhatsApp e Telegram para viajantes:** Após a inauguração da primeira rota cênica, anunciaremos a criação de um grupo nas duas redes sociais, com envio de mensagens unilateral pelo administrador, para compartilhamento de informações sobre as demais inaugurações e eventos realizados nas rotas para o público em geral.

**Grupo de WhatsApp e Telegram para comunidades:** Após a realização dos encontros com as comunidades, formação de grupos de WhatsApp e Telegram de moradores para compartilhamento de boletins informativos (apresentados no próximo subquestito).

**Media training:** Para manter a unicidade do discurso acerca do projeto Rota Cênica SP e o alinhamento com as demais diretrizes da Secretaria e a Unidade de Comunicação, realizaremos uma sessão de media training com os porta-vozes da Pasta, incluindo conteúdo teórico e prático que apoie no bom relacionamento com a mídia e influenciadores. Essa ação deve, necessariamente, ser realizada no início da implementação do Plano.

**Momento de Comunicação com prefeituras e demais órgãos parceiros:** Para uma comunicação alinhada às nossas mensagens-chave faremos um momento de comunicação com as prefeituras e demais órgãos parceiros que poderão, em algumas situações, também se tornarem porta-vozes de uma ou mais rotas cênicas do projeto. A ideia é que seja um encontro on-line, via Zoom ou ferramenta similar, em que iremos orientá-los quanto aos atributos que o Governo e a Secretaria destacam na comunicação do projeto, como inovação, sustentabilidade, acessibilidade e outros. Inicialmente estão previstas quatro sessões, sendo uma para cada rota cênica. No entanto, outras poderão ser realizadas, bem como a ampliação para outros públicos parceiros, de acordo com a necessidade.

**Criação de um “Passaporte” das Rotas Cênicas SP:** Pensando em um planejamento de longo prazo, para marcar a inauguração da última atração prevista para as regiões das 4 rotas cênicas iniciais, lançaremos um “Passaporte” em que os viajantes obterão “carimbos” em cada uma das comunidades que compõem todo o projeto, estimulando a entrada nas comunidades e a realização de todas as rotas. Os “carimbos” poderão ser obtidos digitalmente em aplicativos que venham a ser desenvolvidos pela Secretaria ou fisicamente em impressos que podem ser disponibilizados para *download* no site da Secretaria ou em canais próprios do projeto que venham a ser criados pela equipe de comunicação digital.

**Programa de Prevenção e Gestão de Crises:** Implementação do programa, com definição de um comitê de crise e processos estabelecidos para orientar a atuação da equipe da Secretaria em situações sensíveis. Como parte do programa será desenvolvido um manual de crise, que prevê o passo a passo para lidar com a imprensa antes, durante e após as crises em diferentes cenários.

#### 4. Plano de Ação | Materiais a serem produzidos

Detalhamos abaixo os materiais que compõem o nosso Plano de Ação:

**Materiais de conteúdo para divulgação:** o nosso hub de conteúdo e inovação será responsável pela produção de textos, áudios e vídeos que serão utilizados para divulgação, sugestões de pauta e apoio no contato com a imprensa e/ou outros públicos. Entre os materiais que serão produzidos no hub estão:

- **Sugestões de pautas:** informações complementares para pautas em diferentes tipos de veículos (TV, rádio, online, jornais, revistas e outros) com focos variados: turismo, sustentabilidade, acessibilidade, negócios, inovação, diversidade, tecnologia, gastronomia, regional, comportamento, viagens de temporada (inverno, verão, férias) etc. As entregas de etapas dos projetos de cada rota também serão divulgadas, sempre buscando maximizar a exposição de qualidade e manter uma estratégia de divulgação contínua.

- **Releases digitais:** materiais para compartilhamento on-line, com a inclusão de informações complementares em áudios, vídeos e imagens, além de links para outros materiais de referência que sejam relacionados e estratégicos para a divulgação.

- **Banco de personagens:** identificação e entrevista prévia com moradores das regiões das rotas cênicas paulistas, incluindo empreendedores, artesãos, responsáveis por instituições culturais, moradores, e outros, que possam compor pautas no contato com a imprensa. Serão produzidos materiais em texto, áudio e vídeo para permitir o uso para diferentes tipos de veículos.

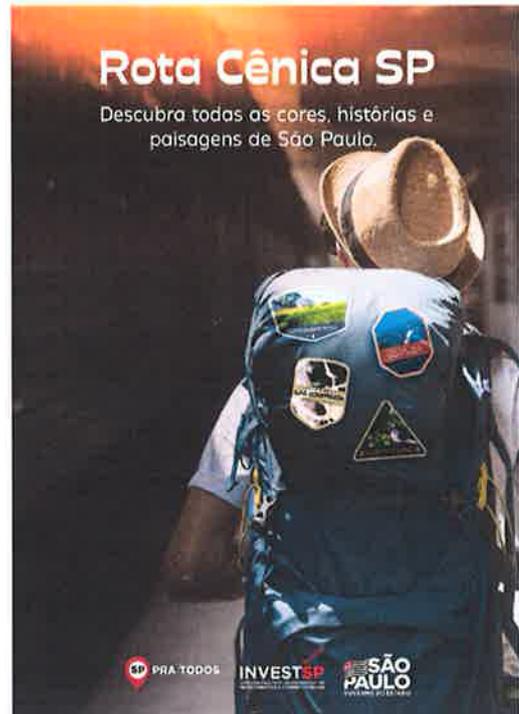
**Dossiê digital das rotas cênicas paulistas:** Teremos um material no formato de dossiê digital com informações detalhadas sobre o Projeto Rota Cênica SP. O conteúdo incluirá também informações sobre outras rotas cênicas no mundo, com indicadores das oportunidades de investimento em rotas e de desenvolvimento socioeconômico das regiões, como, por exemplo, a Rota Romântica, na Alemanha, que recebe cerca de um milhão de visitantes anualmente. Esse material será disponibilizado para a imprensa, investidores e outros públicos de interesse sempre que oportuno.

**Mapa de Divulgação:** Para garantir a frequência regular dos contatos com a imprensa, manteremos um mapa com a programação anual de divulgações, ações especiais e efemérides.

Será uma grande planilha, em constante revisão, que nos permitirá o adequado planejamento para cada oportunidade de exposição.

**Conteúdo para guias digitais das rotas cênicas:**

Para oferecer a melhor experiência das rotas cênicas aos viajantes, produziremos conteúdos para guias digitais que poderão ser baixados no celular e consultados ao longo da viagem. As edições contemplarão guias completos para cada uma das localidades e uma versão completa sugerindo que as quatro rotas sejam percorridas em quatro finais de semana seguidos.



**Conteúdo para e-book “As rotas cênicas no mundo”:**

Como forma de despertar o interesse dos viajantes por rotas cênicas e chamar a atenção para o projeto paulista, produziremos conteúdo para um e-book sobre as rotas cênicas do mundo, apresentando informações e curiosidades sobre os principais destinos. Esse material ficará disponível para download gratuito pelos usuários.

**Newsletter mensal:** Para manter a imprensa informada sobre programação de eventos, números, ações, entre outros, teremos uma newsletter mensal com conteúdo exclusivo sobre as rotas cênicas. Em cada edição será apresentada a história de um personagem das rotas cênicas como atrativo especial de conteúdo. O objetivo é mostrar o andamento das etapas de cada rota cênica, o aumento do interesse dos viajantes, as novas atrações, realização de eventos, etc. O mailing será formado por jornalistas da grande imprensa, na editoria de Turismo, por veículos do trade especializado, portais, blogs e profissionais dos canais digitais de jornalismo.

**Podcast mensal:** Para os amantes das rotas cênicas, produziremos uma versão em podcast das informações contidas na newsletter mensal, voltada ao público final. O material será disponibilizado via Spotify, e, em conjunto com a equipe de comunicação digital da Secretaria, divulgado nas redes sociais.

Handwritten marks in blue and red ink, including a signature and the number '16'.

**Boletim informativo para comunidades:** Para manter a boa comunicação com as comunidades das localidades das rotas cênicas, produziremos um boletim mensal a ser enviado via grupos de WhatsApp e Telegram, com informações do andamento do projeto, eventuais impactos de obras na rotina dos moradores, etc.

**Relatórios de resultados e de avaliação:** Para melhor acompanhamento das atividades e resultados pela Secretaria e a Unidade de Comunicação, produziremos relatórios semanais de atividades realizadas e programadas para realização no período seguinte, além de *reports* mensais de análise dos resultados, com sugestão de revisão da estratégia sempre que necessário.

## Cronograma de implementação do Plano de Ação

		fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan
Ações	Coletivas de imprensa digitais												
	Press trips												
	Workshop "O turismo do futuro e as Rotas Cênicas SP"												
	Criação de hub de conteúdo e inovação												
	Monitoramento da mídia e redes sociais												
	Encontros locais com a Comunidade												
	Grupo de WhatsApp e Telegram para viajantes												
	Grupo de WhatsApp e Telegram para comunidades												
	Media training												
	Momento de Comunicação com prefeituras e demais órgãos												
	Criação de um "Passaporte" das Rotas Cênicas SP												
Programa de Prevenção e Gestão de Crises													
Materiais	Sugestões de pautas												
	Recursos digitais												
	Banco de personagens												
	Dossiê digital das rotas cênicas paulistas												
	Mapa de divulgação												
	Conteúdo para guias digitais das rotas cênicas												
	Conteúdo para e-book "As rotas cênicas no mundo"												
	Newsletter mensal para imprensa												
	Podcast mensal para viajantes												
	Boletim informativo para comunidades												
	Relatórios de resultados e de avaliação												

Foco imprensa   
 Foco em outros públicos   
 Apoio no contato com a imprensa

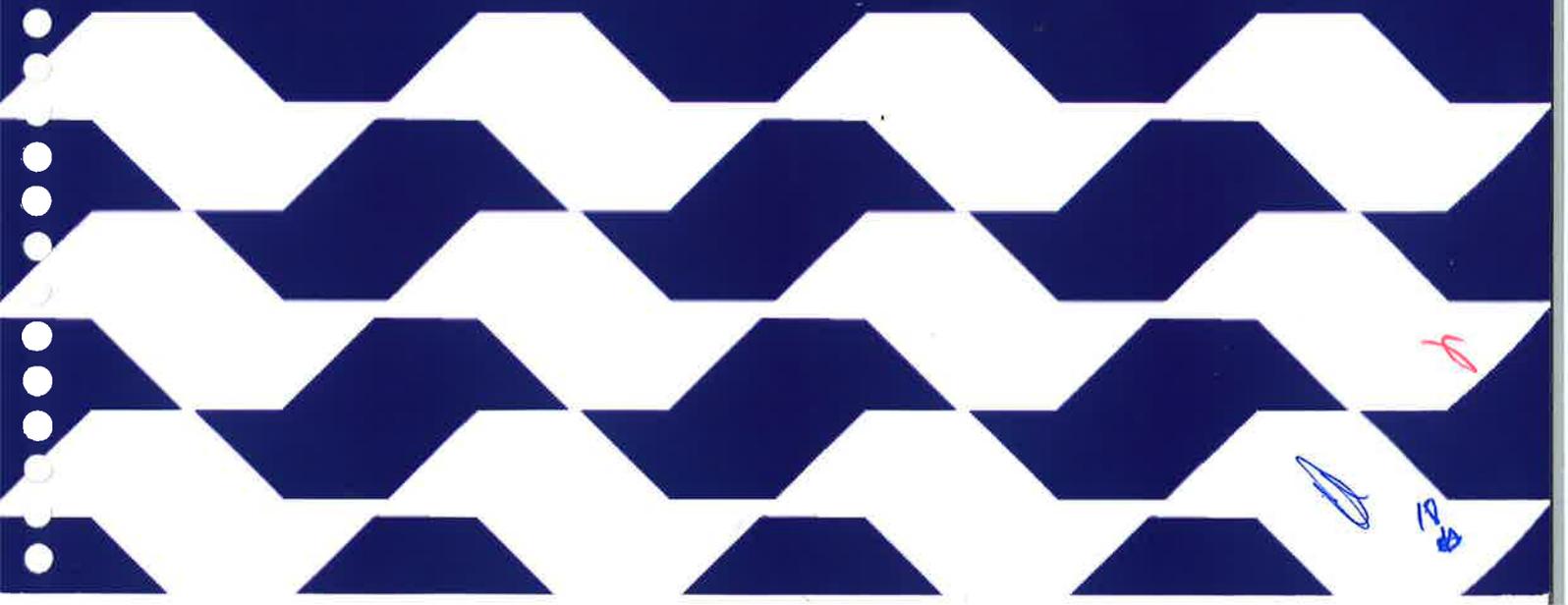
*\*Considerando para fins deste exercício criativo, início das entregas em maio/22 e periodicamente ao longo do ano.*



SUBQUESTO

5

OPORTUNIDADE  
DE MÍDIA POSITIVA



## 5. Oportunidade de Mídia Positiva

### Evolução das Rotas Cênicas SP

Englobando inicialmente quatro regiões do Estado de São Paulo, o Projeto Rota Cênica é uma das apostas da Secretaria de Turismo e Viagens para o impulsionamento do turismo e o desenvolvimento socioeconômico regional. O atual momento, em que o projeto está em fase de implantação, é oportunidade para a sugestão de uma reportagem especial de capa com um veículo da grande imprensa, como a revista Viagem e Turismo, para acompanhamento próximo da evolução de uma ou mais regiões do Rota Cênica SP.

Além de *press trips* individuais com acompanhamento de um representante da Secretaria, o jornalista terá um contato exclusivo com a equipe de Comunicação para acesso a informações com números atuais e a evolução de visitantes, dados do crescimento do comércio e serviços, indicadores de desenvolvimento das regiões, além de apoio para entrevistas com diferentes personagens ao longo do período (artesãos, moradores, viajantes etc).

Nossa meta será, a partir do estreitamento de relacionamento com o veículo, obter a publicação de uma reportagem especial de capa sobre as rotas cênicas paulistas e, no decorrer do período, emplacar diferentes matérias menores e pontuais sobre cada uma das quatro regiões de rotas.

### Inauguração das primeiras intervenções do Projeto Rota Cênica SP

Em 2022 devem ser inauguradas na região do Vale do Ribeira as primeiras intervenções do projeto. Serão mirantes e parados na SP-165 (Iporanga-Apiá), SP -250 (Apiá-Ribeira-Guapiara) e SP-139 (São Miguel Arcanjo-Sete Barras). O momento pode, e deve, ser explorado pela Secretaria para a divulgação do Projeto Rota Cênica de forma mais ampla, convidando os paulistas para conhecerem as atrações e já se prepararem para as próximas que estão por vir.

Realizaremos uma coletiva no formato híbrido (presencial e on-line) com a presença do Secretário de Turismo e Viagens que falará sobre as primeiras atrações e a importância de rotas cênicas como impulsionador do desenvolvimento do turismo e das regiões em que estão inseridas. A equipe de Comunicação fará um trabalho intensivo para convite aos jornalistas para a coletiva e também com sugestão de entrevistas e matérias especiais, focando, principalmente, em TVs, veículos online e influenciadores, com especial apelo também à mídia regional.

Como apoio, os jornalistas receberão um press kit contendo informações completas sobre o Projeto Rota Cênica SP completo, datas previstas para próximas entregas, imagens

19

ilustrativas de futuras atrações e um material de destaque com todos os atributos positivos das rotas para o desenvolvimento do Estado.

## **Exposição com foco em negócios para atração de investidores**

Para contribuir no despertar do interesse de investidores para o Projeto Rota Cênica SP, iremos trabalhar uma sugestão de pauta especial junto a um veículo com foco em negócios, como Valor Econômico, O Estado de S. Paulo ou, no trade especializado, Panrotas, com posterior divulgação via release para os veículos de interesse estratégico.

A ideia é mostrar informações e números da Secretaria que apontem o potencial dos investimentos nas regiões, complementando com cases internacionais de rotas cênicas de sucesso. Em complemento, daremos uma visão macro da força do turismo no Estado de São Paulo, mostrando projetos e expectativas quanto à contribuição para o desenvolvimento socioeconômico e a geração de empregos. A pauta pode incluir, ainda, entrevistas com órgãos financiadores que apresentem suas linhas de crédito que podem apoiar o investimento nas 4 rotas cênicas.

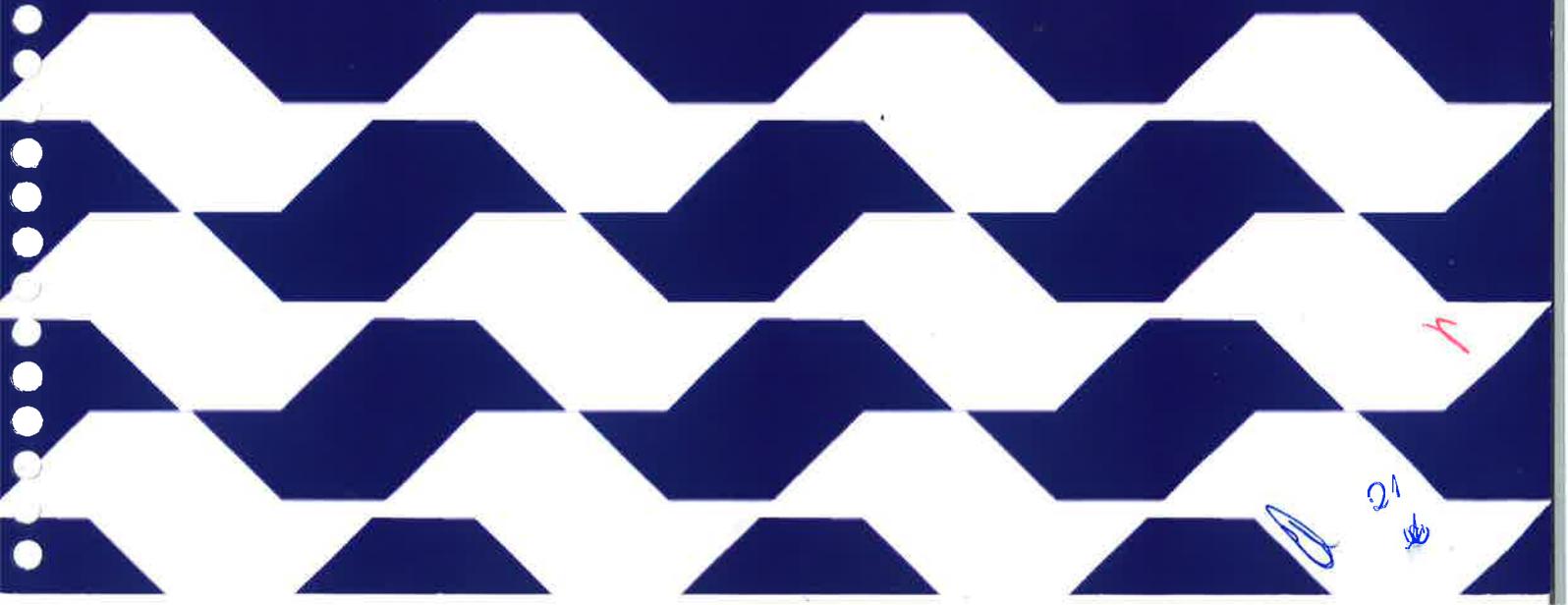
O tema será abordado também em veículos regionais, com o mesmo foco, de acordo com o avanço das etapas em cada uma das quatro rotas.

20  
da

**SUBQUESITO**



IDENTIFICAÇÃO DE  
RISCOS À IMAGEM



## **6. Identificação dos Riscos a Imagem**

### **Percepção incorreta pelas comunidades de que as obras das rotas cênicas poderão impactar a moradia e a natureza**

Apesar da preocupação do Governo do Estado e da Secretaria de Turismo em garantir que as intervenções decorrentes do projeto Rota Cênica SP preservem e valorizem não apenas as características das regiões, mas a natureza e as comunidades, pode haver uma interpretação por falta de conhecimento de que haverá algum tipo de prejuízo aos moradores e/ou à fauna e flora das regiões.

Para evitar tal percepção errônea, é importante o estabelecimento de canais de contato com a comunidade e a apresentação dos projetos que terão impacto direto em suas vidas, bem como o esclarecimento de eventuais dúvidas que possam existir. Para tanto, propomos a realização de ações exclusivas para a comunidade, com encontros presenciais e boletins informativos.

É recomendável, ainda, a identificação de líderes nas comunidades para reuniões online via Zoom, ou ferramentas similares, para discussão do andamento do projeto e acesso às informações que estejam relacionadas à preservação da fauna e flora local.

A imprensa regional também é uma importante aliada para o fortalecimento da imagem do projeto no que diz respeito ao tema. Ampliaremos o relacionamento com os principais veículos das localidades para a oferta de entrevistas com representantes da Secretaria com foco na divulgação do projeto e o destaque do compromisso com a preservação da comunidade e da natureza.

### **Questionamentos quanto à segurança das viagens nas rotas cênicas (sanitária e de infraestrutura)**

A preocupação com a segurança sanitária deve persistir mesmo com a diminuição dos casos registrados de Covid-19. Da mesma forma, questões relacionadas à segurança pública e de infraestrutura também são um ponto extremamente importante para os viajantes. Para evitar possíveis alegações infundadas quanto à falta de segurança nas estradas e/ou nas atrações construídas como parte do projeto, e quanto ao cumprimento de protocolos sanitários, é fundamental que a Secretaria de Turismo destaque o tema como parte de suas divulgações sobre o Projeto.

Como ação especial, trabalharemos com uma sugestão de pauta em veículo da grande imprensa, em conjunto com diferentes órgãos públicos como: Secretaria de Logística e

Transportes com foco nas qualidade das estradas paulistas, mostrando a capacidade do Governo em prover excelente infraestrutura rodoviária; Polícia Militar, apresentando dados de segurança pública das regiões; Secretaria de Saúde, com dados sobre a incidência de Covid-19 e vacinação da população; prefeituras, com informações de outras ações municipais no assunto. Em paralelo, vale regularmente e sempre que oportuno, incluir informações relevantes sobre o tema nas divulgações das rotas.

## **Ataques motivados pelas eleições em 2022**

Anos eleitorais costumam ser pautados por ataques ao atual governo. Considerando as diversas ações previstas em relação ao Projeto Rota Cênica SP para 2022, é importante que todos os porta-vozes da Secretaria estejam preparados para lidar com eventuais questionamentos sensíveis por parte da imprensa em relação ao projeto.

Tais pontos podem ser levantados por prefeitos de partidos adversários, por exemplo, ou até mesmo por candidatos que se aproveitam de temas na mídia para criar polêmicas baseadas em fatos criados ou distorcidos. É importante blindar a equipe da Secretaria para amenizar tais ataques. Nossa estratégia incluirá ações como:

- promoção de uma sessão de media training exclusiva para situações sensíveis e de crise, com diversos exercícios práticos de simulação;
- produção de material de apoio, com números e informações positivas;
- consolidação do relacionamento da Pasta, e do Governo, com a imprensa a partir de uma agenda de encontros dos porta-vozes com jornalistas dos principais veículos.

QUESITO



ANÁLISE DE  
IMAGEM DO  
CONTEÚDO  
PUBLICADO  
E/OU VEICULADO  
EM JORNAIS E  
EMISSORAS DE  
TELEVISÃO



24

**Análise Diária de Imagem do Conteúdo Publicado e/ou Veiculado**

**Período: janeiro a julho/2021**

<b>ANÁLISE DIÁRIA</b>	<b>20/01/2021</b>
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
Página 3: Rotas Cênicas SP: um novo produto turístico sendo construído por empresa catarinense	

**Análise:**

Reportagem do site Página 3, veículo jornalístico de Balneário Camboriú, localizado no Estado de Santa Catarina, menciona o projeto ‘Rotas Cênicas’ sob um aspecto mercadológico, com foco no trabalho arquitetônico e gráfico desenvolvido por uma empresa da região, referenciada nesta cobertura por citação no título e presença de porta-voz responsável pelo projeto na corporação.

O conteúdo é o único registro do dia entre as matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na imprensa e sinaliza a importância da divulgação de cada etapa de um projeto público, pois desperta a curiosidade do leitor para conhecer mais da proposta e ver o resultado final do que é apresentado.

De início, a reportagem parece focar, exclusivamente, no trabalho da empresa catarinense contratada pela secretaria para a confecção dos cadernos técnicos/*masterplan* das quatro primeiras Rotas Cênicas Paulistas (Vale do Ribeira, Mantiqueira Paulista, Circuito das Águas e Litoral Norte). Porém, a reportagem faz mais do que isso ao expor fala do secretário de Turismo de São Paulo, Vinícius Lummertz, que aproveita a oportunidade para discorrer sobre o objetivo do Programa Rotas Cênicas e a importante parceria com Secretaria de Logística e Transportes neste projeto.

**PONTOS POSITIVOS:** Posicionamento do secretário de Turismo de São Paulo, Vinícius Lummertz, é o ponto mais positivo da cobertura por destacar o empenho da Pasta em promover um projeto que possa dar ao cidadão novas experiências a partir de visitas a roteiros turísticos dentro do seu próprio Estado. Também agrega percepção de unidade entre



os órgãos estaduais, com menção à ação integrada com a Secretaria de Logística e Transportes, na parte do projeto que prevê a revitalização das rodovias para que as mesmas deixem se der só um caminho e sejam parte da viagem com projetos de mirantes e a valorização da fauna e flora local.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Além da divulgação das etapas do projeto por release, seria interessante trabalhar com coletivas de imprensa no modo híbrido (presencial e virtual). Esse formato, além de contribuir para a segurança sanitária, permite um alcance maior de veículos, pois nem todos podem se deslocar ao local por falta de equipe e pelos custos. Essa coletiva seria para a divulgação de etapas importantes do projeto, como a contratação ou chegada de um grande parceiro privado, inaugurações e apresentações de novas etapas de obra.



ANÁLISE DIÁRIA	22/01/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<u>Circuito Litoral Norte</u> : Conheça o projeto Rotas Cênicas e quais benefícios ele pode trazer para o Litoral Norte de São Paulo	

**Análise:**

Site dedicado ao noticiário do litoral norte de São Paulo divulga a entrega dos cadernos técnicos/ *masterplan* das quatro primeiras Rotas Cênicas Paulistas. A reportagem é extensa e destaca o objetivo do projeto, que é transformar a experiência do viajante no Estado de São Paulo, “tornar as estradas e caminhos percorridos pelo turista como parte de sua experiência de viagem”, descreve o texto.

A publicação cita a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e é o único registro do dia nas matérias de interesse da Pasta. Promove ampla valorização do projeto Rotas Cênicas SP, com destaque para os benefícios na região do litoral norte do Estado.

O texto informa a entrega dos cadernos técnicos pela empresa Biosphera e divulga parte das imagens do projeto concedidas pela companhia de Santa Catarina. Menciona ainda que o conceito do “Rotas Cênicas” já é bastante trabalhado em destinos dos Estados Unidos, Alemanha e Noruega e destaca em legenda da imagem um dos roteiros mais procurados na Alemanha, a Rota Romântica, que recebe cerca de um milhão de visitantes anualmente.

Exclusivamente sobre a parte do projeto dedicado ao litoral norte o veículo pontua: *“Privilegiada por uma das principais reservas de Mata Atlântica preservada do país, a região deve receber mirantes, passarelas elevadas, parques e estabelecimentos, como cafés e lojas de artesanato e artigos locais, para fortalecer os produtos turísticos das cinco cidades (Bertioga, Caraguatatuba, Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba)”*.

Declaração do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, ao site Página 3 é repercutida no texto: *“Serão locais para que as pessoas possam vivenciar experiências”*.

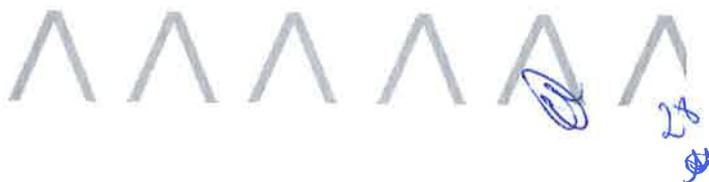


**PONTOS POSITIVOS:** A reportagem valoriza o projeto Rotas Cênicas SP e destaca as benfeitorias programadas para a região do litoral norte, área de atuação do veículo. A escolha das imagens que ilustram a reportagem e a menção de que programas similares ao Rota Cênicas são sucesso nos Estados Unidos e na Europa compõem o conjunto positivo da cobertura que cita a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e seu representante, o secretário, Vinicius Lummertz.

Importante destacar que a publicação faz um detalhamento das duas rotas que compõem o projeto no litoral norte: a Rota das Enseadas e a Rota Costa Atlântica.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Realizar campanhas para divulgação do projeto nas comunidades que compõem os trajetos das quatro rotas e mostrar à imprensa os benefícios para comerciantes e artesãos que terão espaço para expor seus trabalhos nos diversos pontos turísticos que serão destacados nas rotas. Divulgar o site do projeto em veículos dessas regiões.



ANÁLISE DIÁRIA	28/01/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Economia SC: Projeto catarinense de Rotas Cênicas avança em São Paulo	

**Análise:**

Texto assinado pelo secretário, Vinicius Lummertz, no site Economia SC, é o registro de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na cobertura de hoje. O assunto em destaque é o projeto Rotas Cênicas SP e a entrega da etapa de planejamento com o caderno técnico desenvolvido pela Biosphera Ambiental, uma empresa de Santa Catarina.

A matéria é composta por detalhes do projeto Rotas Cênicas e ilustrada por imagens do caderno gráfico da Biosphera. Segundo Lummertz, *“tanto a Secretaria de Turismo de São Paulo como a InvestSP manifestaram sua satisfação com a qualidade dos trabalhos apresentados nesses cadernos e já preparam os próximos passos para a continuidade do programa”*, que inclui projetos executivos, apresentação de parceiros privados e a implantação das estruturas.

O diretor da Biosphera Ambiental, Ike Gevaerd, fala da importância do trabalho desenvolvido por sua companhia: *“Além de serem um passo fundamental para a implantação desse projeto que une turismo regional e de proximidade, meio ambiente e desenvolvimento da economia e da cultura local, esses cadernos são uma excelente referência do que poderemos fazer também no futuro em Santa Catarina”*, destaca.

**PONTOS POSITIVOS:** Depoimento do diretor da Biosphera Ambiental, Ike Gevaerd, empresa catarinense responsável pelo plano gráfico das Rotas Cênicas demonstra interesse e admiração pelo projeto ao dizer que os cadernos produzidos por sua companhia podem *“servir de excelente referência do que se pode fazer no futuro em Santa Catarina”*. Ele também declara que o projeto das Rotas Cênicas SP, na sua integridade, *“une turismo regional e de proximidade, meio ambiente e desenvolvimento da economia e da cultura local”*.

Declaração do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, destaca desejo da Pasta para que o projeto não seja só uma inclusão de espaços para a contemplação da natureza. No



seu entendimento, devem ser *“locais para que as pessoas possam vivenciar experiências e contar com opções que tornem as estradas autênticos parques temáticos”*.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** A reportagem destaca a metodologia do projeto Rotas Cênicas SP e o ordenamento das etapas pode ser usado para trabalhar as ações de comunicação junto aos grandes veículos, os segmentados em Turismo e, em especial, a mídia local.

O trabalho com os veículos do entorno das quatro Rotas Cênicas é importante para validar a ação junto à comunidade e blindar qualquer risco de imagem. É necessário salientar que o projeto não atinge moradias e nem destrói a natureza. Se trata de ressaltar as belezas naturais de cada região e valorizar a cultura local.



ANÁLISE DIÁRIA	22/02/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Diário do Turismo: Governo de São Paulo repassa R\$ 27,4 milhões a cidades turísticas do Estado	

**Análise:**

Matéria do site Diário do Turismo noticia o repasse de verba do Governo de São Paulo para as cidades turísticas do Estado. Com base em informações de agências de notícias e do próprio governo estadual, a publicação noticia que o Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos (Dadetur), da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, repassou R\$ 27,4 milhões para 50 cidades — Municípios de Interesse Turístico (MITs) e estâncias – no início de 2021.

Esse valor é usado para obras de melhorias nessas cidades, destaca a reportagem que é o único registro de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na cobertura de hoje. O veículo informa ainda que o valor total repassado para as cidades turísticas em 2020 chegou a R\$ 223,3 milhões, o maior dos últimos seis anos, e envolveu 180 municípios. Para o acesso a esses recursos, MITs e estâncias devem cumprir uma série de exigências legais, incluindo a elaboração dos projetos, submetidos à aprovação, conclui o site.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> Menção à Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo como órgão responsável pelo Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos (Dadetur) é positiva para a Pasta, pois demonstra a importância dessa iniciativa para os municípios contemplados com o MITs e sinaliza ao leitor o bom uso da verba pública.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> Fazer um levantamento das obras concluídas com a verba do MITs e apresentar à imprensa local, com o viés de prestação de serviço, em duas frentes: prestação de contas (verba pública) e melhorias para a comunidade das cidades beneficiadas pelo programa com a realização de obras importantes para mobilidade, saneamento, moradia, dentre outras especificações.



ANÁLISE DIÁRIA	23/02/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
BrasilTuris: Setur-SP repassa R\$ 27,4 milhões a municípios turísticos	

**Análise:**

O site Brasil Turis repete conteúdo publicado no dia anterior na página Diário do Turismo, que envolve o repasse de verba do Governo de São Paulo para as cidades turísticas do Estado. A publicação de hoje é o único registro no conjunto de matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na imprensa e destaca no título que o valor dos repasses alcança R\$ 27,4 milhões.

Outro ponto em destaque na publicação, é a menção do montante destinado à Baixada Santista, que obteve um total de R\$ 14 milhões, sendo que a cidade de Santos, sozinha, ficou com R\$ 10,8 milhões.

Assim como na matéria do Diário de Turismo, o texto aponta que órgão da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo é o responsável pelos repasses e que esses valores são para obras de melhorias da qualidade do produto turístico local, além de colaborar para a manutenção de empregos.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> Menção à Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo como órgão responsável pelo Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos (Dadetur) é positiva para a Pasta, pois demonstra a importância dessa iniciativa para os municípios contemplados com o MITs e sinaliza ao leitor o bom uso da verba pública. No texto de hoje, também é positiva a menção de que as obras contempladas pelos repasses servirão para colaborar com a manutenção de empregos.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> A estratégia segue a de fazer um levantamento das obras concluídas com a verba do MITs e apresentar à imprensa local com viés de prestação de serviço e em duas frentes: prestação de contas (bom uso da verba pública) e sugerir



reportagens com a presença de moradores para ressaltar as melhorias para a comunidade das cidades beneficiadas pelo programa.



Handwritten blue mark, possibly initials or a signature.

Handwritten red mark, possibly a signature or initials.

Handwritten blue number 33.

ANÁLISE DIÁRIA	31/03/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Rádio 95.3 Porto Feliz: Entrevista com Vinicius Lummertz, Secretário Estadual de Turismo	

**Análise:**

Extensa entrevista com o secretário, Vinicius Lummertz, é o destaque da cobertura de hoje entre os temas de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo. Por quase 23 minutos, Lummertz explica aos apresentadores e aos ouvintes da Rádio 95,3, de Porto Feliz, quais são as ações da Pasta no enfrentamento da pandemia e quais os planos do Governo de São Paulo para recuperar e ampliar o crescimento que o setor de Turismo alcançou em 2019 no Estado.

Provocado pelos apresentadores da rádio, o secretário de Turismo do Estado inicia a entrevista pontuando as perdas de renda e o desemprego acumulado no setor em razão da pandemia. Segundo Lummertz, 128 mil postos de trabalho em São Paulo foram desabilitados por conta da crise no setor de Turismo no mundo, principal segmento atingido pelas restrições importas pela pandemia da Covid-19.

Lummertz também falou da expectativa de retomada do setor para o segundo semestre deste ano e pontuou o empenho do Governo de São Paulo em promover mudanças que possam gerar mais emprego e renda no setor de Turismo no Estado. O secretário destacou o imenso potencial de oferta de roteiros turísticos que São Paulo contém e mencionou alguns programas da Pasta nesse sentido, como o Rotas Cênicas SP, um outro que contemplaria as rotas gastronômicas e os distritos turísticos.

Outro ponto importante na entrevista é a constatação do trabalho em parceria entre o governo do Estado e as prefeituras. Nas palavras do secretário: *“Nós teremos 65 obras para inaugurar nos próximos meses, os municípios estão avançando, os prefeitos são apaixonados pelo turismo, eu nunca vi tanta gente apaixonada pelo turismo quanto aqui em São Paulo, dá gosto de ver”*, salienta Lummertz. De acordo com ele, a secretaria e o governo farão crescer o turismo no Estado: *“Nós vamos fazer promoção das regiões esse ano, nós vamos fazer filmes, nós vamos fazer... aquilo que nós fizemos com o Estado, com São Paulo pra Todos, nós vamos*



*fazer para as regiões agora na área de promoção e vamos incrementar vários programas”, acrescenta o secretário.*

**PONTOS POSITIVOS:** É inteiramente positiva a participação do secretário de Turismo do Estado, Vinicius, no todo. Provocado pelos apresentadores, foi certo em pontuar as perdas no setor em razão da pandemia de forma a não menosprezar esses dados ou minimizá-los. Deixou claro que a Pasta trabalha para que o Turismo em São Paulo retome o crescimento que alcançou em 2019 e também demonstrou acompanhar de perto as mudanças no Turismo provocadas pela pandemia, como a possibilidade de um maior interesse no turismo doméstico diante das restrições impostas no exterior.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** O secretário se revela um excelente porta-voz para participações ao vivo, tem domínio dos assuntos da Pasta e dos gargalos que o setor de Turismo enfrenta neste ano. Sugestão: mapear os recursos perdidos no segmento durante a pandemia e os empregos e fazer uma comparação com os dados de projeção do crescimento do setor neste e no próximo ano com as iniciativas Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo. Pontuar os projetos que já estão em andamento e quando os demais entrarão em funcionamento. Preparar representantes dos projetos para alinhar o discurso de apresentação de cada iniciativa.



ANÁLISE DIÁRIA	05/04/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<u>Bragança Jornal</u> : Governo do Estado apresenta aos municípios Plano de Turismo	

**Análise:**

A edição impressa do Bragança Jornal divulga com exclusividade, na data de hoje, a realização de uma reunião virtual para apresentação de projetos e a estrutura da Secretaria de Turismo aos gestores municipais e regionais de São Paulo. Trata-se de um plano de retomada da Economia por meio do Turismo, denominado Plano 20 30, reporta a publicação, que é o único registro no conjunto de matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data.

Com foco nas informações da cidade de Bragança Paulista, o veículo relata que a reunião foi pautada na gestão do Turismo no contexto da pandemia e no pós-pandemia da Covid-19. O vice-prefeito Amauri Sodré e a secretária municipal de Cultura e Turismo, Vanessa Nogueira, acompanharam a apresentação do plano que *“visa estabelecer diretrizes, objetivos, metas e mecanismos de controle que sejam capazes de transformar o Estado de São Paulo em nova referência nacional e internacional para o Turismo”*.

No registro de hoje, não há destaque de capa e nem de página. A imagem do vice-prefeito Amauri Sodré e da secretária municipal de Cultura e Turismo, Vanessa Nogueira, ilustra a matéria.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> A reportagem reúne pontos importantes do plano de retomada da economia por meio do incentivo ao Turismo no Estado de São Paulo e destaca o desejo e o empenho do governo paulista em transformar o modo como o turismo é feito em São Paulo, através do investimento em rotas turísticas. Cita a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo que esteve à frente na condução da apresentação de projetos e estrutura da Pasta aos gestores municipais e regionais.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> O projeto do governo de São Paulo de transformar o Turismo no Estado por meio da organização de rotas turísticas tem potencial para ser



explorado na mídia nacional. Preparar apresentação desse plano com a presença de um porta-voz qualificado e com o intuito de valorizar as ações da Secretaria de Turismo junto ao cidadão paulista e atrair a atenção do público de outros Estados. A ideia é gerar curiosidade de potenciais investidores e turistas. Na mídia local, elaborar plano de ação em conjunto com as prefeituras das áreas que compõem os roteiros turísticos.



ANÁLISE DIÁRIA	06/04/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Folha da Minha Sampa: São Paulo: Secretaria de Turismo e CVC analisam potencial do Vale do Ribeira	

**Análise:**

Texto curto no site Folha da Minha Sampa divulga a realização de reunião virtual entre 70 empresários do Vale do Ribeira e representantes da CVC Corp. *“A ideia é aproximar os atrativos regionais do Estado de São Paulo com as grandes organizações”*, pontua a reportagem que tem como fonte a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo e é o único registro do dia entre as matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens.

O secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, discorre sobre a importância do Vale do Ribeira para os projetos de desenvolvimento do Governo do Estado: *“Para nós, é o Vale do Futuro, com potencial comercial qualificado, principalmente em eco e aventura”*, lembra Lummertz. O secretário estadual acrescenta: *“Não é para roteiros de massa, mas sim para os viajantes que procuram o contato com a natureza preservada, com incrível proximidade com a capital paulista”*.

De acordo com a publicação, o foco da reunião, coordenada por Luis Sobrinho, também da Setur-SP, foi a estruturação de produtos, parcerias e promoção, nos mercados nacional e argentino. Além dos empresários e da operadora, participaram também representantes da Coordenação Regional do Programa Vale do Futuro, do Consórcio de Desenvolvimento Intermunicipal do Vale do Ribeira e Litoral Sul (Codivar), do Sebrae-SP e da Associação Paulista das Cidades Estância do Estado de São Paulo (Apresesp).

**PONTOS POSITIVOS:** É positiva a divulgação do trabalho de bastidores da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo para alavancar o segmento na região. A declaração do secretário da Pasta, Vinicius Lummertz, também deixa claro que essa gestão atua para exaltar o potencial turístico de diversos municípios, com o intuito de colocar São Paulo na lista de roteiros dos viajantes do Estado, do Brasil e também do mundo. Faltou pontuar o cargo de Luis Sobrinho no texto.



**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** É notório que muitos habitantes da capital paulista desconhecem o potencial turístico do interior e litoral do Estado. Manter o site atualizado com informações de cada local de passeio, com o apoio e parceria das secretarias municipais. Aproveitar datas sazonais, como festas regionais e aniversário de cidades para trabalhar na mídia os diferenciais turísticos dessas localidades.

7

39

ANÁLISE DIÁRIA	12/04/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Hotelier News: Rotas cênicas em SP prometem incentivar o turismo e a hotelaria	

**Análise:**

No dia 05 de abril, foi publicado no Diário Oficial do Estado de São Paulo um decreto de criação do projeto de rotas cênicas. Essa informação consta na abertura de reportagem no site Hotelier News, o qual destaca que o projeto *“prevê a implantação de intervenções nas estradas paulistas para que as rodovias sejam parte da experiência do viajante, e não apenas um caminho até o destino”*.

A ideia, segundo a publicação, é aproveitar as estradas do Estado e suas paisagens naturais. Visando incentivar o turismo rodoviário, que ganhou ainda mais adesão com a pandemia, as rotas cênicas serão implementadas em rodovias com menos fluxo de automóveis.

O site, especializado no ramo de hotelaria, é a única inserção do dia no conjunto de matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e traz foto e uma entrevista com o secretário Vinicius Lummertz, que explica como serão divididas as rotas cênicas e fala sobre o potencial turístico do Estado: *“São Paulo possui um sistema arterial que leva desenvolvimento para todo o Estado, mas também tem rodovias mais intimistas, que cortam regiões belíssimas, porém pouco apreciadas pela falta de infraestrutura de apoio para que a viagem não seja apenas do ponto A ao ponto B, mas sim uma experiência agradável com as paisagens sendo reveladas a cada curva, a cada elevação, a cada ponto de observação. A ideia é incentivar esse turismo rodoviário, criando atração onde antes havia apenas uma passagem”*, acrescenta Lummertz.

O secretário também menciona como se daria o contrato para melhorias e operação das estradas: *“No caso de concessão, por exemplo, o que se estuda é colocar a implantação dessa infraestrutura de rotas cênicas como parte das obrigações do concessionário. O que não é necessariamente um peso, já que junto vem a possibilidade de exploração comercial, o que torna melhores as rodovias. E no caso dos investimentos do Estado, o que se estuda é como otimizar esse investimento. Por exemplo, se houver a reforma de um determinado trecho, pode-*



*se incluir a instalação de um ponto de apoio ou um mirante nessa obra, evitando assim a necessidade de uma intervenção específica e que poderia custar mais”, destaca o secretário.*

**PONTOS POSITIVOS:** O ponto mais importante do noticiário de hoje é a entrevista do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, por destacar de forma clara e objetiva os atrativos do projeto Rotas Cênicas, tanto para o investidor privado, quanto para o Estado, que estuda atuar de forma otimizada para evitar desperdício de recursos.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Ampliar a presença do secretário na mídia nacional, e nos telejornais e rádios do litoral e interior do Estado para que o mesmo possa apresentar o Rotas Cênicas SP com o objetivo de atrair o interesse do potencial turista e o apoio da comunidade local. Lembrar que a imprensa e o mercado estão de olho na retomada da economia e o avanço do projeto pode significar a ingestão de mais recursos na economia dos municípios (hotelaria, gastronomia e comércio local).



ANÁLISE DIÁRIA	13/04/2021
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
<u>Rádio Clip 88.7 Indaiatuba</u> : Entrevista com Vinicius Lummertz, secretário estadual de turismo	

**Análise:**

Em nova entrevista para uma rádio do interior de São Paulo, a Rádio Clip 88,7 de Indaiatuba, o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, discorre sobre o impacto da pandemia na economia do Estado e, em especial, nos segmentos do turismo, hotelaria e gastronomia.

Lummertz esclarece que qualquer indicativo de retomada das operações no setor será realizado com a orientação de profissionais da Saúde para que não ocorra um movimento similar ao identificado no final do ano passado, quando o comércio foi liberado antes das vacinas e isso contribuiu para um aumento de casos e de óbitos no Estado.

Em mais de 20 minutos de entrevista, o secretário também falou dos programas e projetos da Pasta para alavancar o turismo no Estado, como o programa São Paulo para Todos de retomada da economia, que envolve diversas secretarias sob o comando do Governo de São Paulo. Explicou o sucesso da reunião da Secretaria, realizada na semana anterior com mais de 380 profissionais do ramo residentes em municípios do interior. Falou do projeto Rotas Cênicas e do desejo de sua administração em fazer de São Paulo um dos maiores polos turísticos do País.

Investimentos, créditos ao pequeno e médio empresário, atingidos na pandemia, verba para os distritos turísticos e novos projetos estão no dia a dia da Secretaria, discorre Lummertz.

**PONTOS POSITIVOS:** O secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, demonstra total conhecimento dos temas abordados na reportagem. Com a Covid-19 como pauta principal da extensa entrevista, ponto positivo para o reconhecimento da dificuldade da retomada da economia até que se obtenha no Estado um número razoável de pessoas totalmente imunizadas, para que uma nova reabertura do comércio não provoque outro sobrecarregamento no sistema de saúde paulista. No que se refere ao setor de Turismo e aos



projetos em estudo ou andamento na Pasta, vale destacar o empenho do governo e da secretaria em buscar novidades para aquecer o segmento e com a ajuda das administrações municipais.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** O secretário é um porta-voz bem preparado que consegue transitar entre as áreas do Turismo, da Política e da Economia. Importante preparar outros porta-vozes com a mesma competência e domínio do assunto para as apresentações de novos projetos da Pasta no próximo ano. Fazer um balanço do programa Rotas Cênicas e divulgar quando os demais projetos entrarem no radar da secretaria. Importante lembrar que o próximo ano é de eleição presidencial, com o atual governador entre os concorrentes, o que faz com que sua gestão seja alvo em debates e declarações de adversários. Cuidar para que os porta-vozes estejam preparados para qualquer pergunta desconfortável sobre o governo atual.

ANÁLISE DIÁRIA	27/04/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Portal ISN Litoral Norte: Obras de recuperação da rodovia SP-226 finalmente têm início	

**Análise:**

Curto registro no site ISN Portal, que abrange o noticiário das cidades de Santos, São Sebastião, Cananéia, Ribeirão Preto, Juiz de Fora e as regiões do entorno dessas localidades, aborda em tom irônico o início das obras de recuperação na rodovia SP-226 que liga Cananéia à Pariquera-Açu.

O texto, de autoria de outro veículo, o Diário do Ribeira, informa que a recuperação da pista e a implantação de melhorias na rodovia, enfim, foram começadas no dia anterior. E que essas obras possuem um investimento de R\$ 21,5 milhões, sendo o trecho que equivale à 35,8 km de extensão, parte da chamada ‘Rota Cênica’ do Vale do Ribeira. *“Logo, trata-se de uma importante ação dentro do programa Vale do Futuro para fomentar o turismo local”*, pontua a publicação.

Atualmente as condições da estrada são péssimas e as obras de recuperação vinham sendo a principal reivindicação dos moradores da região, principalmente para a retomada do turismo, com geração de emprego e renda, reporta a matéria ilustrada com imagem do asfalto desgastado.

É o único registro no conjunto de matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data, mas não menciona nominalmente a Pasta.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> Ponto positivo para obras de melhorias em estrada que faz parte do projeto Rotas Cênicas, no Vale do Ribeira.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> Ponto de atenção envolve tendência da mídia em monitorar o andamento das obras e questionar qualquer novo atraso, já que o início das ações de recuperação é noticiado com ironia. Importante blindar o programa desse tipo de noticiário. Evitar que um eventual novo atraso possa ser justificado pelas obras de melhorias que serão feitas dentro do programa Rotas Cênicas.



ANÁLISE DIÁRIA	28/04/2021
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
TV Bandeirantes – <u>Jornal da Clube 1ª edição</u> : Retomada da economia para o setor de turismo - Entrevista com o secretário Estadual de Turismo, Vinicius Lummertz	
<u>Rádio Wolf Sumaré</u> : Entrevista com Secretário estadual de Turismo de São Paulo Vinicius Lummertz	
<u>Rádio Nova Brasil FM</u> : Entrevista com o Secretário de Turismo, Vinicius Lummertz	
<u>Rádio Morada do Sol</u> : Araraquara - Entrevista com o secretário estadual de Turismo, Vinicius Lummertz	

**Análise:**

O noticiário de hoje é formado por entrevistas concedidas pelo secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, aos veículos TV Bandeirantes, no programa Jornal, da Clube 1ª edição, e para as rádios do interior Wolf, de Sumaré, e Morada do Sol, de Araraquara, e à Rádio Nova Brasil FM.

Em todos os registros, a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo é nominalmente citada, sendo este dia o de maior projeção para a Pasta na imprensa paulista deste o início do ano.

O secretário é convidado pelas publicações para falar da perspectiva de retomada do Turismo na “pós-pandemia”, com o avanço da vacina em São Paulo, e questionado sobre as perdas no setor e sobre o plano do Estado para ajudar o comércio que depende exclusivamente do turismo.

Lummertz explica que o governo estadual atua para liberar, o quanto antes for possível, o comércio e o turismo na região e que essa retomada depende do aumento de pessoas imunizadas. Recorda que antes da pandemia o Estado já vinha forte na campanha pró-Turismo, com o programa São Paulo para Todos, e que agora também vai contar com as Rotas Cênicas. Projeto que vai transformar a forma do turista viajar pelo Estado ao oferecer nas estradas pontos de paradas com paradouros, mirantes, cafeterias e lojas. Ele também cita os programas de privatização de aeroportos, as concessões de parques naturais e a construção de parques



temáticos como outros atrativos para o turista no radar do Governo de São Paulo e sua secretaria.

**PONTOS POSITIVOS:** As entrevistas do noticiário de hoje possuem como tema central o impacto da Covid-19 na economia e no setor de turismo no Estado. Em todas elas, o secretário Vinicius Lummertz consegue explicar como o Governo de São Paulo atua para mitigar os efeitos da pandemia e assegurar que a retomada do comércio e dos serviços ocorra com segurança. Lummertz explica que espera uma recuperação rápida da área de Turismo e lista os programas do Governo de São Paulo para o setor: o que já foi feito, o que está em curso e os planos para transformar o Estado em um dos roteiros mais procurados pelos turistas no País. Cita o programa Rotas Cênicas e explica que ele tem início pela região do Vale do Ribeira. Também pontua que o governo estadual retoma o roteiro de privatizações e busca por mais investimentos privado no Estado.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Acompanhar e levantar cases do setor de turismo que têm conseguido manter os negócios por causa dos programas da Pasta como o São Paulo para Todos, os distritos turísticos ou algum outro projeto. Acompanhar e levantar obras realizadas por demais prefeituras com recursos desses programas. Mapear as obras que serão realizadas no projeto Rotas Cênicas nesta fase inicial.

ANÁLISE DIÁRIA	29/04/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Rádio Jovem Pan São José dos Campos: Entrevista gravada com Secretário de Turismo do Estado de SP, Vinícius Lummertz	

**Análise:**

A cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo é formada por entrevista concedida pelo secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, à rádio Jovem Pan, de São José dos Campos. O tema envolve a retomada das atividades de comércio e turismo em São Paulo e os investimentos estaduais para esse setor, duramente afetado pela pandemia.

Segundo Lummertz, sua administração “está transformando São Paulo”. *“Crescemos 5,3% internamente, rodamos 700 voos por semana, criamos 50 mil empregos, de repente, no ano passado, mas perdemos 128 mil empregos na pandemia, a exceção de novembro e dezembro, quando começou a melhorar novamente”*, pontua o secretário. Ele esclarece que o “pós-pandemia” pode ser um bom momento para o turismo nacional, pois muitas pessoas não querem viajar para o exterior nesse momento. Ele conta que a cidade de Brotas bateu recorde de turismo nesse ano, porque as pessoas deixaram de ir para fora do Estado e foram para lá. Destaca ainda que no seu entendimento e no da sua administração *“tem que fazer campanhas regionais, para vender os lugares de São Paulo para São Paulo”*.

O Rotas Cênicas está entre os projetos que ele destaca na entrevista de um pouco mais de 10 minutos. Conta que a estruturação do programa já começou e o coloca como uma das grandes estratégias da Secretaria e do Governo do Estado para alavancar o turismo na região, junto com outras iniciativas como o apoio e investimento em parques temáticos, na ampliação da agenda de festivais, como o realizado em Campos do Jordão, no turismo religioso de Aparecida do Norte e fala ainda do projeto Viva Rua, que visa melhorar o urbanismo das cidades, investindo nisso.



**PONTOS POSITIVOS:** A presença do secretário em veículo de grande expressão no interior do Estado contribui para que as ações da Pasta alcancem os públicos-alvo dessas iniciativas: o morador, o comerciante local e o turista. Mesmo sem se aprofundar nos programas e projetos da Secretaria, Lummertz demonstra empenho e conhecimento do mercado ao mencionar o potencial turístico de São Paulo. Rotas Cênicas, “trem dos romeiros”, parques temáticos, mudança no calendário de festivais são atrativos para o turismo do Estado.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** A ideia de que São Paulo precisa fazer campanha para “vender” sua imagem para seus próprios cidadãos é bem colocada e pode render pautas em veículos especializados.



<b>ANÁLISE DIÁRIA</b>	<b>30/04/2021</b>
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
<u>Rádio Máxima Guaratinguetá</u> : Entrevista com Secretário estadual de Turismo de São Paulo, Vinicius Lummertz	

**Análise:**

A cobertura das matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo segue centrada nas declarações do secretário, Vinicius Lummertz, em entrevistas concedidas para veículos do interior e litoral de São Paulo. O noticiário de hoje é composto por um único registro e envolve relato de Lummertz em programa matutino da rádio Máxima, de Guaratinguetá.

A entrevista de um pouco mais de cinco minutos prioriza as iniciativas da Pasta para a região de abrangência da rádio e o “pós-pandemia” para esse setor no Estado. Lummertz inicia a participação destacando o alto potencial de recuperação do Turismo nessa pandemia, que só no final do ano passado gerou entre 15 e 16 mil postos de trabalho em São Paulo. E fala da proposta da Pasta em realizar campanhas regionais para atrair a atenção dos paulistas para as belezas e lazer do seu próprio Estado.

Conta que a Secretaria atua na aceleração de uma nova estruturação de turismo, com vias gastronômicas, rotas cênicas, uma série de produtos e programas que estão sendo desenvolvidos, além do “crédito turístico”. Pontua que todo esse investimento depende da vacinação, para que a retomada seja realizada em segurança e não tenhamos um novo crescimento de casos e mortes por Covid-19.

<p><b>PONTOS POSITIVOS:</b> O principal ponto positivo do noticiário de hoje foi focar nas obras e iniciativas que são da região de abrangência da rádio. É a entrevista mais curta já concedida pelo secretário neste ano, porém, é a que melhor transmite as ações da Secretaria para prover o crescimento do Turismo no Estado de São Paulo. Vale destacar mais o projeto Rotas Cênicas por ser algo inédito no País.</p>
<p><b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.</p>



**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Preparar material com as obras que serão realizadas na fase inicial do Rotas Cênicas. Apontar o motivo da escolha por essas localidades para primeiras intervenções e quais são os principais atrativos. Mapear as obras com parceiros privados e as de responsabilidade do Governo do Estado e abastecer o secretario de dados para entrevistas futuras.

4



ANÁLISE DIÁRIA	12/05/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Site da Folha SP: Projeto incentiva roteiros turísticos pelas rodovias de São Paulo	

**Análise:**

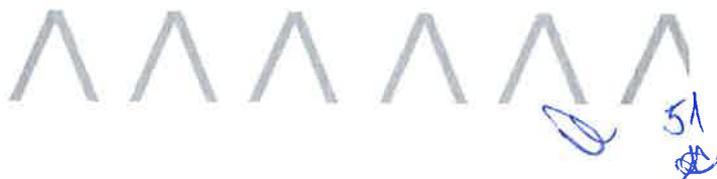
O projeto Rotas Cênicas é protagonista de extensa matéria no site do jornal Folha de São Paulo, com galeria de imagens e participação de dois porta-vozes da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo: o secretário Vinicius Lummertz e o coordenador Rodrigo Ramos; cujas declarações enaltecem o potencial do projeto, que tem início pela região do Vale do Ribeira.

Assinada pela jornalista Marília Miragaia, a reportagem destaca no título que o projeto incentiva roteiros turísticos pelas estradas de São Paulo e que, segundo o governo estadual, além de atrair visitantes, tem o objetivo de oferecer ao viajante uma experiência mais próxima à natureza e história de uma determinada região.

A primeira etapa do Rotas Cênicas está planejada no Vale do Ribeira, ao sul do Estado, vinculada a outra iniciativa de desenvolvimento regional, o Vale do Futuro. De acordo com Rodrigo Ramos, coordenador da Secretaria de Turismo do Estado, *“as rotas foram mapeadas em regiões com beleza cênica, como matas, parques e cachoeiras, mas que também oferecem patrimônio histórico e cultural. São locais aptos para o turismo, onde um novo atrativo pode gerar mais visibilidade”*.

Itens de artesanato e da culinária feitos localmente também devem ser fomentados pelo projeto das Rotas Cênicas nos pontos de parada nas estradas, de acordo com o governo do Estado. *“Com isso, o turismo traz um consumidor àquela região e o pequeno empresário passa a vender seu produto a ele com valor agregado. Diferente do que se estivesse vendendo a preço de atacado para um mercado distante”*, afirma Vinicius Lummertz, secretário de Turismo do Estado de São Paulo.

Para Juliana Bettini, especialista em Turismo no BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), projetos de enfoque territorial que levam em consideração as dinâmicas próprias de cada região são relevantes para que se consiga um planejamento efetivo no setor, pontua a reportagem.



**PONTOS POSITIVOS:** As declarações dos executivos da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo enaltecem o potencial do projeto Rotas Cênicas. Rodrigo Ramos fala da escolha das rotas, que oferecerem belezas cênicas da natureza como matas, parques e cachoeiras. Já o secretário Lummertz, chama atenção para a oportunidade de negócio ao pequeno comerciante local. Ampla galeria de imagem ilustra o texto e menção aos órgãos parceiros da iniciativa junto à Secretaria favorece a percepção de “unidade” entre as secretarias e ações do Governo de São Paulo.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data, mas vale salientar que comentário de leitor chama atenção para o perigo de se colocar vidro em meio à natureza por ser risco de morte para pássaros.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Aproveitar o início de obras do projeto para divulgar dados do programa para a mídia nacional com a participação de porta-voz da Secretaria. Usar imagens do caderno técnico para ilustrar o conteúdo e levantar dados como o total de investimento público e da iniciativa privada, expectativa de retorno para a economia do Estado e para o pequeno comerciante. Mapear os locais das primeiras intervenções e reunir informações para apresentar à imprensa. Dados que demonstrem o potencial turístico de cada região para divulgação também na mídia segmentada.



ANÁLISE DIÁRIA	26/05/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<p><u>TV Globo Santos – Jornal da Tribuna 1ª Edição</u>: Governo Estadual autorizou a assinatura de convênio com 140 cidades do Estado - Entrevista com o secretário, Vinicius Lummertz</p> <p><u>Rádio Mensagem Jacareí</u>: Entrevista com Vinicius Lummertz , secretário de turismo e viagens de SP</p> <p><u>Rádio O Diário Independente - Barretos</u>: Entrevista com o Secretário de Turismo e Viagens do Estado de SP, Vinicius Lummertz</p>	

**Análise:**

É destaque em duas rádios e em um telejornal a notícia de que o governador João Doria assinou a autorização para que a Secretaria de Turismo possa celebrar convênios com 140 municípios de interesse turístico (MITs) que preveem o repasse total de R\$ 50,4 milhões. Para falar desse novo projeto, que visa contribuir para melhorias em locais com potencial turístico no Estado de São Paulo, as rádios Mensagem de Jacareí, O Diário Independente, de Barretos, e a TV Globo, de Santos, entrevistaram o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz.

De acordo com o secretário, cada um desses municípios receberá R\$ 360 mil para iniciar ou para prosseguir com obras e melhorias de infraestrutura. Questionado na TV Globo sobre como esses recursos serão usados, Lummertz declara: *“No momento, elas [as cidades] utilizam em obras que ajudem a atrair turismo, obras que façam sentido, muitas vezes, é um acesso a uma atração, como o Museu do Surf, em Santos, uma estrada de acesso, uma caverna, a reforma de um teatro, onde tem apresentações culturais naquele município”*.

Juntas, as três entrevistas somam mais de 45 minutos de exposição com o secretário na mídia. O maior tempo já conquistado neste ano. A entrevista para a rádio de Barretos é a mais longa, soma quase 30 minutos. Nela, Lummertz também fala das Rotas Cênicas e menciona o projeto dos Distritos Turísticos: *“O decreto do governador [João Dória] de Rotas Cênicas, a construção de rotas cênicas já está em curso no Vale do Ribeira. São rotas que têm paradouros, têm locais de observação, centros de comercialização de produtos regionais”*, explica o secretário.



Na entrevista para a TV Globo, de Santos, Lummertz acrescenta que os primeiros projetos do programa Rotas Cênicas já estão prontos e estão na fase de início das obras, “com recursos já reservados”. Menciona também o projeto dos Distritos Turísticos e reforça o compromisso da sua administração com a retomada sustentável do Turismo “pós-pandemia”.

O conteúdo da Rádio Mensagem soma quase 15 minutos e a entrevista com o secretário Vinicius Lummertz tem como tema principal a notícia de uma parceria entre as Secretarias da Educação e de Turismo e Viagens para oferta de disciplinas eletivas sobre o setor de viagens e turismo aos alunos do ensino médio e dos últimos anos do fundamental da rede pública estadual. De acordo com Lummertz, *“os jovens desde cedo passarão a aprender como funciona [o Turismo] no mundo. Os alunos serão guias turísticos, na prática, depois de estudarem os potenciais turísticos da sua própria região, tendo visto como é que acontece no resto do mundo. Farão trabalhos de divulgação em aula, tentando aí construir propostas de comunicação, inclusive sites e internet”*, conclui o secretário.

**PONTOS POSITIVOS:** A presença do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, na divulgação de iniciativas da Secretaria confere credibilidade as ações e maior espaço para debate de mais pautas de interesse da Pasta. Contudo, deve-se tomar cuidado para não misturar temas demais, como o ocorrido na entrevista com a rádio de Barretos que soma quase meia hora. A apresentação da parceria com a Secretaria de Educação acaba se perdendo em meio aos assuntos, em especial quando mencionada a expectativa para a retomada das atividades do setor de Turismo em meio a pandemia.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data, mas deve alinhar bem o tempo de entrevista com o veículo e o entrevistado para que não ocorram declarações como a observada na entrevista da Rádio Mensagem, quando o secretário teve que avisar os apresentadores sobre atraso para uma próxima entrevista.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Preparar material interno em conjunto com a Secretaria de Educação para divulgação na mídia nacional e regional, tendo como objetivo atrair o olhar do estudante para o potencial do setor de Turismo no mercado de trabalho. Buscar dados de outras localidades no mundo que tenham esse tipo de iniciativa.

ANÁLISE DIÁRIA	28/05/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<u>Rádio Bandeirantes SP</u> : Entrevista com Secretário Estadual do Turismo, Vinicius Lummertz <u>Rádio Assunção - Jales</u> : Entrevista gravada com o Secretário de Turismo e Viagens do Estado de SP, Vinicius Lummertz	

**Análise:**

O noticiário de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo é novamente formado por entrevistas em programas de rádios com o secretário de Turismo e Viagens, Vinicius Lummertz. Os registros dessa data tratam de temas já debatidos em outras entrevistas: retomada das atividades do setor, verbas para os Municípios de Interesse Turístico, parceria com a Secretaria de Educação, Rotas Cênicas, Distritos Turísticos, dentre outros temas.

Na rádio Bandeirantes de São Paulo, o secretário Vinicius Lummertz fala no programa Bora Brasil sobre as possibilidades de retomada do Turismo neste ano, com o avanço da vacinação em São Paulo. Lummertz destaca que a pandemia trouxe um novo olhar para o Turismo no Estado em razão da procura por roteiros perto da natureza, em lugares consideramos mais seguros no que se refere aos cuidados com o novo coronavírus. O secretário afirma que esse é um bom momento para promover São Paulo para os paulistas e ressalta que o Estado possui belos roteiros para serem explorados.

Outro tema abordado na entrevista é a parceria com a Secretaria da Educação para incluir na grade curricular dos alunos do ensino fundamental e médio da rede estadual aulas sobre Turismo. O secretário detalha o projeto e destaca *“não vai faltar emprego no Brasil e nem em São Paulo, se nós desenvolvermos o turismo, nós não precisamos temer desemprego, porque aonde tem o turismo desenvolvido, não tem desemprego, tem é demanda pujante”*, sinaliza Lummertz ao explicar a importância de se educar os jovens para que se promova o turismo, em especial, nas localidades que não desenvolveu todo o seu potencial turístico.

O debate na rádio Assunção, de Jales, é em torno do programa dos Municípios de Interesse Turístico (MITs). De acordo com o secretário, a região de São José do Rio Preto vai



ter o maior número de municípios beneficiados nesse repasse de R\$ 50 milhões dos MITs, vão ser R\$ 8 milhões para essa localidade.

Nas duas entrevistas, o programa Rotas Cênicas é citado pelo secretário de forma periférica, dentro do conjunto de ações da Secretaria para alavancar o turismo no Estado.

**PONTOS POSITIVOS:** A presença do secretário Vinícius Lummertz dá credibilidade às informações passadas pelos veículos no que se refere ao setor de turismo no Estado. Importante destacar que nas suas entrevistas, o secretário conseguiu dimensionar o tamanho do segmento no Estado e elencar os principais projetos da sua administração e do Governo para promover São Paulo para os paulistas, os brasileiros e os estrangeiros. Lummertz foi certo ao sinalizar cuidado com a retomada das atividades diante da alta de casos que se sucedeu a abertura do comércio no final do ano passado e também expõe com riqueza de informações o programa dos Municípios de Interesse Turístico e a parceria com a Secretaria de Educação.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Mapear as prefeituras que obtiveram recursos do Municípios de Interesse Turístico. Criar um sistema de apuração de acompanhamento das obras para divulgá-las quando finalizadas. Promover o programa de Educação na mídia regional. Para a exposição desse último tema na imprensa nacional, escolher localidades com potencial turístico pouco explorado para exemplificar como se dará a atuação dos jovens nessa localidade e fazer um contraponto com regiões mais desenvolvidas para sinalizar que a parceria com a Secretaria de Educação é para todos.

4

56

ANÁLISE DIÁRIA	01/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Revista Prefeitos de SP: Roteiros turísticos pelas rodovias de SP: conheça projeto	

**Análise:**

O site da revista Prefeitos de São Paulo compartilha texto similar ao divulgado na página do jornal Folha de S. Paulo, em maio deste ano, sobre o programa Rotas Cênicas. A extensa reportagem é ilustrada com imagem do projeto técnico e traz declarações do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, e do coordenador da Pasta, Rodrigo Ramos.

A publicação, que é o único registro na cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na data de hoje, detalha quais atrações compõem o projeto pelas rodovias de SP e quando elas começarão a serem implementadas. De acordo com o governo estadual, *“a iniciativa de roteiros turísticos pelas estradas do Estado atrairá visitantes. E ainda vai oferecer ao viajante uma experiência mais próxima à natureza e história de uma região”*.

A primeira fase do programa acontecerá no Vale do Ribeira, vinculada a outra iniciativa de desenvolvimento regional, o Vale do Futuro. A estimativa é que o trajeto receba 15 atrações com orçamento de R\$ 18 milhões e entrega no primeiro semestre de 2022. As obras estão previstas em três trechos rodoviários entre as cidades de São Miguel Arcanjo e Sete Barras (SP-139); Apiaí e Ribeira (SP-250) e Iporanga e Apiaí (SP-165).

Segundo Rodrigo Ramos, coordenador da Secretaria de Turismo do Estado: *“As rotas foram mapeadas em regiões com beleza cênica, como matas, parques e cachoeiras, mas que também oferecem patrimônio histórico e cultural. São locais aptos para o turismo, onde um novo atrativo pode gerar mais visibilidade”*.

Os roteiros turísticos pelas rodovias de São Paulo devem incluir itens de artesanato e da culinária local que serão implementados em pontos de parada nas estradas, conforme o Governo do Estado: *“Com isso, o turismo traz um consumidor àquela região e o pequeno empresário passa a vender seu produto a ele com valor agregado. Diferente do que se estivesse vendendo a preço de atacado para um mercado distante”*, avalia o secretário de Turismo do Estado de São Paulo, Vinicius Lummertz.



A reportagem conclui com a informação de que São Paulo mapeou outras três rotas no Estado: *“a da região da serra da Mantiqueira; a do Circuito das Águas e Flores, no interior de São Paulo; e a do litoral norte. Os roteiros dessas rotas ainda não têm previsão de entrega”*.

**PONTOS POSITIVOS:** As declarações dos executivos da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo enaltecem o potencial do projeto Rotas Cênicas. Rodrigo Ramos fala da escolha das rotas, que oferecerem belezas cênicas da natureza como matas, parques e cachoeiras. Já o secretário Lummertz, chama atenção para a oportunidade de negócio ao pequeno comerciante local. A reportagem serve ao propósito de apresentar o projeto aos leitores da publicação e gera expectativa quanto a sua conclusão por oferecer atrações diferenciadas.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Aproveitar o início de obras do projeto para divulgar dados do programa para a mídia nacional e manter a participação de porta-voz da Secretaria. Usar outras imagens do caderno técnico para ilustrar o conteúdo e levantar dados como o total de investimento público e o da iniciativa privada, debater a expectativa de retorno para a economia do Estado e para o pequeno comerciante com gancho para a pauta de retomada das atividades do setor e no enfrentamento da pandemia. Mapear os locais das primeiras intervenções e reunir informações para apresentar à imprensa. Dados que demonstrem o potencial turístico de cada região para divulgação também na mídia segmentada.



ANÁLISE DIÁRIA	03/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destques do dia:	
<u>Jornal O Expresso – Capão Bonito</u> : Projeto incentivará o Turismo na rota Rastro da Serpente	
<u>Rádio Ilha Pariquera-Açu</u> : Entrevistas com Vinícius Lummertz, secretário de Turismo e Viagens	

**Análise:**

Reportagem no site do jornal O Expresso, de Capão Bonito, trata do projeto Rotas Cênicas sob um ponto de vista diferenciado, destacando detalhes de trecho do programa que compreende a região de Capão Bonito. Já o conteúdo da Rádio Ilha de Pariquera-Açu, aborda, entre outros temas, os investimentos da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo para municípios do Vale do Ribeira através de entrevista com o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz. Os dois registros formam a cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data.

O projeto de incentivo ao turismo em rodovias chega à região de Capão Bonito. A estrada conhecida como Rastro da Serpente integra o programa Rotas Cênicas do Governo de São Paulo e receberá melhorias e atrações, como mirantes, *skywalks* e espaços para alimentação, tudo para transformar a experiência de quem viaja pela região.

De acordo com a publicação, os novos investimentos turísticos também beneficiarão toda a cadeia receptiva turística de Capão Bonito, como hotéis, restaurantes, lanchonetes e outras redes de serviços. O jornal alerta, no entanto, que o sucesso do projeto depende também do envolvimento da administração municipal: “o Poder Público precisará tratar o Turismo como um setor estratégico para o desenvolvimento de Capão Bonito, o que não ocorreu durante os oito primeiros anos do atual prefeito Julio Fernando (2009-2016)”, ressalta a publicação.

A reportagem do jornal é ilustrada por imagens do caderno técnico do programa Rotas Cênicas e conta com declaração do coordenador da Secretaria de Turismo do Estado, Rodrigo Ramos, já publicada na Folha e na revista Prefeitos de São Paulo.



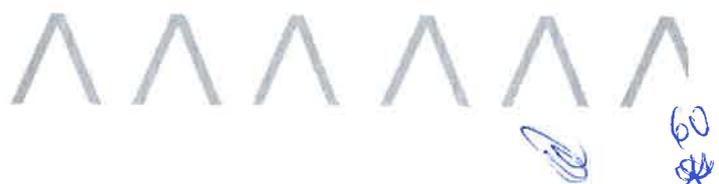
Durante participação na rádio Ilha Pariquera-Açu, o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz responde sobre os investimentos da Pasta para a região do Vale do Ribeira. O comentarista Renato José, que conduz o bate-papo, declara que o governo estadual passou a olhar de forma diferenciada para o Vale do Ribeira e cita também o programa Vale do Futuro.

Lummertz comenta que a cidade de Pariquera-Açu é importante pelo turismo e por fazer parte de uma região prioritária para o Governo do Estado hoje, que é o Vale do Ribeira. *“Uma região que contém a história de São Paulo, na sua arquitetura, na sua arte, que contém a história de São Paulo na sua natureza, e que merece uma alternativa para a sua juventude”*, declara o secretário, que acrescenta: *“Tem que ter um projeto de turismo sustentável [na região]. E é isso que está acontecendo com as rotas cênicas que estão sendo construídas aí, em uma parceria nossa com o secretário de Transportes, com Departamento de Estradas e Rodagens – DER”*, conclui Lummertz.

**PONTOS POSITIVOS:** Os dois registros de hoje tratam de ações e investimentos da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo em localidades distintas. Ao “regionalizar” o tema, o conteúdo se torna mais atrativo para os leitores e ouvintes. Abordar as transformações que ocorrerão no Rastro da Serpente e sinalizar que essas melhorias devem ser sentidas no comércio da região de Capão Bonito demonstra o potencial do projeto. E no caso da entrevista do secretário Vinicius Lummertz à rádio Pariquera-Açu, fica evidente que a escolha da região do Vale do Ribeira para desenvolvimento do turismo no Estado de São Paulo é acertada e existe também a preocupação com o mercado de trabalho local e a esperança de que o turismo possa manter os jovens talentos em suas localidades.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Considerar aproximação com veículos regionais para explorar melhor as oportunidades que o projeto Rotas Cênicas podem trazer para as localidades que receberão melhorias e atrativos nos trechos de estradas. Preparar porta-voz com informações técnicas das obras e porta-voz que explique a escolha das rotas e as perspectivas econômicas de crescimento do comércio e hospedagem nas localidades do entorno dos trechos destacados nas reportagens.



ANÁLISE DIÁRIA	04/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Rádio Jornal 1070 Barretos: Entrevista com Secretário Estadual de Turismo Vinícius Lummertz	
Rádio Jornal 1070 Barretos – Edição 2: Entrevista com Secretário Estadual de Turismo Vinícius Lummertz	

**Análise:**

Dois registros na rádio Jornal 1070 de Barretos formam a cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data. O primeiro conteúdo apresenta íntegra da entrevista com o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz. A segunda publicação é um recorte de trecho dessa entrevista.

No bate-papo, o secretário detalha os projetos da sua Pasta e do Governo de São Paulo para a região de Barretos. Um dos destaques desse conteúdo é a aprovação na Assembleia Legislativa de São Paulo do programa de incentivo para os distritos turísticos. Caso da cidade de Olímpia que deve integrar esse programa e Barretos, que também tem muita vocação para ser contemplada no projeto por razão da Festa do Peão, que atrai milhares de visitantes à cidade.

Lummertz aproveita o espaço para destacar a preocupação da Secretaria de Turismo com a recuperação do setor no “pós-pandemia” e cita o programa Rotas Cênicas como mais um investimento do Estado nesse sentido: *“Nós estamos muito felizes com tudo que nós temos visto e observado com o potencial que está muito evidente na retomada. Porque o turismo interno vai ser muito fortalecido daqui para frente, nós já vínhamos fazendo isso pelo Programa São Paulo Para Todos, em 2019. Nós vamos voltar com aquelas campanhas de mídia forte, agora também fazendo a propaganda das regiões, nós vamos voltar com mais, eu diria, mais capacitação, mais desenvolvimento de oportunidades, para as várias regiões, mediante novos programas, esse que eu falei dos distritos turísticos é um, mas têm as rotas cênicas, as rotas gastronômicas”*, relata o secretário.

Na segunda parte da entrevista, Lummertz explica a parceria com a Secretaria da Educação e o que espera desse programa para ensinar turismo aos jovens: *“o Brasil é o maior potencial do mundo para o turismo. Então não vai faltar emprego pelos próximos 50, 100 anos*



*no Brasil, e muito menos em São Paulo. Vai ter desde que nós saibamos fazer desde cedo, e é isso que nós estamos apostando. Apostamos em ações hoje, e apostamos em ações para o futuro.”.*

O segundo registro na Rádio Jornal de Barretos contempla o primeiro trecho da entrevista com Lummertz, na qual o secretário fala da aprovação do projeto dos distritos turísticos na Assembleia Legislativa do Estado de S.Paulo (Alesp).

**PONTOS POSITIVOS:** Aprovação do projeto dos distritos turísticos e a aposta na educação de jovens para fomentar o crescimento do setor de turismo no futuro são os pontos mais importantes do noticiário de hoje.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Importante manter a divulgação de notícias relativas aos desdobramentos que essas iniciativas e apoios resultarem. Mapear os distritos beneficiados com o programa e apresentar os planos de melhorias para ampliar a atratividade turística desses municípios. Atuar em conjunto com as secretarias municipais.

ANÁLISE DIÁRIA	16/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<u>Rádio Morada – São Sebastião</u> : Entrevista com o Secretário Estadual de Turismo, Vinicius Lummertz	
<u>Rádio Amiga - Registro</u> : Entrevista com o Secretário de Turismo do Estado de São Paulo, Vinicius Lummertz	
<u>Rádio Jovem Pan - Santos</u> : Entrevista com o Secretário Estadual de Turismo, Vinicius Lummertz	

**Análise:**

Na esteira das ações proativas de enfrentamento às consequências da pandemia no setor de Turismo, o secretário da área no Estado, Vinicius Lummertz, declara em entrevista à rádio Jovem Pan, de Santos, e para Rádio Morada, em São Sebastião, que espera um mercado aquecido no retorno das atividades motivado pela ampliação do total de vacinados no Estado: *“A demanda pelo turismo é enorme, nós vamos ter um ‘boom’ turístico assim que houver esse encontro de curvas. Nós fizemos estudos sobre isso, nós já calculamos essas curvas, e à medida que se vacina mais, se viaja mais”*, declara Lummertz.

Segundo ele, as perspectivas de mercado são boas: *“nós estamos preparando muitas novidades no campo da promoção, e muitas novidades também no campo de novos projetos, como distritos turísticos, rotas cênicas, rotas gastronômicas, parcerias com a iniciativa privada”*, pontua o secretário. Ainda na Jovem Pan, Lummertz fala sobre as linhas de crédito e financiamento para amenizar as perdas dos empresários do setor com a pandemia e de projeto em parceria com a prefeitura de Santos para transformação do centro histórico da cidade.

Na rádio Morada, além de falar sobre o impacto da pandemia, o secretário explica o projeto da plataforma digital com mais de 50 terrenos e imóveis com grande vocação para o turismo de São Paulo. De acordo com Lummertz, a ideia é catalogar imóveis para venda e locação que tenham potencial para abrigarem empreendimentos turísticos como marinas, resorts, parques temáticos, aquilo que for de interesse da região, para dar fluxo o ano inteiro.



A entrevista do secretário Vinícius Lummertz à rádio Amiga, da cidade de Registro, completa a cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na data de hoje. O conteúdo tem quase 20 minutos de duração e a primeira pergunta refere-se ao projeto de venda e locação de imóveis com potencial turístico no Estado. Lummertz repete as mesmas informações já divulgadas na imprensa e acrescenta que o projeto é uma parceria com o SECOVI e com as prefeituras. Exclusivamente sobre o Vale do Ribeira declara: *“Nós estamos fazendo rotas cênicas, também, na região, nós estamos desenvolvendo programas e produtos, que acompanham os investimentos do Estado na região. O Estado está investindo e o turismo vai junto, vai caminhando, e por isso nós estruturamos dessa forma”*.

**PONTOS POSITIVOS:** É positiva a presença do secretário em entrevistas para veículos estratégicos na divulgação de ações da Secretaria. Santos, Litoral Norte e Vale do Ribeira são regiões contempladas em diferentes iniciativas da Pasta. Neste noticiário, o projeto Rotas Cênicas tem pouco espaço, mas a mensagem passada por Lummertz nas entrevistas é de empenho da Secretaria e do Governo de São Paulo em promover programas e ações que contribuam para o aquecimento do setor e ajuda na retomada do crescimento em ritmo similar ao constatado antes da pandemia, quando o Estado registrou crescimento de 5,3% no turismo.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Importante manter a divulgação de notícias relativas aos desdobramentos que essas iniciativas e apoios resultarem. Mapear e manter atualizada a lista de imóveis e divulgar possíveis aquisições para projetos futuros.

ANÁLISE DIÁRIA	22/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
G1 Nacional: Imóveis públicos serão colocados à venda pelo governo de SP para estimular turismo	
Rede BCN - SP: Imóveis públicos serão colocados à venda pelo governo de SP para estimular turismo	

**Análise:**

Reportagem do G1 São Paulo, replicada no site Rede BCN, compreende o noticiário de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo na data de hoje. O tema central dessa cobertura é a iniciativa Secretaria e do Governo de São Paulo que visa oferecer imóveis no Estado para investidores.

Foi criado um catálogo on-line com a ajuda da Secovi-SP, Sindicato do Mercado Imobiliário, e de prefeituras. Os locais devem necessariamente receber empreendimentos turísticos e a ideia é melhorar o acesso de quem deseja investir no Estado para fomentar a economia dessas regiões, pontua Vinicius Lummertz, secretário estadual de Turismo. *"Turismo é uma indústria e o maior empregador do mundo - em 2018, o setor representava 20% dos postos de trabalho do planeta. Uma cidade como Gramado, com 36 mil habitantes, recebe 6 milhões de visitantes por ano com o turismo. É uma forma de preservar a cultura, a história e a natureza, ao mesmo tempo em que permite que a comunidade preste serviço e venda seus produtos"*, argumentou o secretário.

A publicação menciona também que antes de focar nas oportunidades imobiliárias, a Pasta anunciou, no ano passado, o projeto Rotas Cênicas, com o objetivo de implantar passarelas elevadas, mirantes, e postos de parada e informações ao longo das estradas, como é feito em cidades como Canela, no Rio Grande do Sul.

No site, cada um dos endereços dos imóveis à venda conta com foto, vídeo, tamanho, potenciais de investimento, status da documentação e a indicação de quais empreendimentos seriam mais adequados para cada local, como lugares mais interessantes para hotéis, resorts, centros de exposição, parques temáticos e revitalização de prédios históricos, além de cafés e *co-working*.



O G1 questionou o arquiteto e urbanista Silvio Oskman, professor da Escola da Cidade e da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e especialista em patrimônio, se há algum risco envolvendo a privatização de imóveis públicos no Centro da capital. *"Ocupar é fundamental, não tenha a menor dúvida. A questão é que, nos casos de imóveis públicos, o estado abre mão de ativos, da possibilidade de investir em habitação, por exemplo, de assumir uma responsabilidade perante a sociedade. Nos casos em que desonera o poder público, ele precisa dizer para população onde o dinheiro será investido"*, pontuou Oskman.

**PONTOS POSITIVOS:** A reportagem do G1 é uma importante vitrine para a divulgação do projeto de venda e locação de imóveis estratégicos para segmento de turismo no Estado. Deixa claro que se trata de uma iniciativa da Secretaria e salienta todos os atrativos da proposta e o profissionalismo dos envolvidos na ação. As imagens que ilustram o texto foram retiradas do catálogo de exposição dos imóveis e demonstram o avanço dos projetos turísticos propostos na iniciativa.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data, mas vale o registro de alerta para contraponto feito pelo arquiteto e urbanista Silvio Oskman ao tratar da privatização de imóveis públicos no Centro da capital: se a ação desonerar o poder público é preciso dizer para a população o destino do dinheiro. Então é importante sempre manter atualizada a lista da venda ou locação dos imóveis e tratar com transparência o destino da verba advinda desse ativo.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Mapear e separar os terrenos em oferta por regiões do Estado e trabalhar pautas com as mídias regionais. Importante tratar o tema com transparência para que se evite desgaste de imagem com a opinião pública. Sempre destacar o potencial econômico e de emprego que cada região pode registrar com a implantação do projeto ou atração turística.



ANÁLISE DIÁRIA	24/06/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Rádio Life - Adamantina: Entrevista com Vinicius Lummertz, secretário de Turismo	

**Análise:**

Entrevista do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, para a rádio Life, da cidade de Adamantina, forma a cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data. O bate-papo é de quase 30 minutos, sendo a segunda maior exposição, em tempo, do secretário na mídia este ano.

Lummertz inicia a conversa falando dos atrativos e potencial turístico que a cidade de Adamantina possui, após questionamento da apresentadora do programa. Segundo ele, o turismo surge a partir de um potencial, que existe em todas as cidades, todas as regiões têm seus potenciais. Em Adamantina há uma seleção de potenciais que são normalmente, nesse caso, naturais. *“Não existe mega cidade, não existe centros urbanos. Então os potenciais estão muito mais ligados a esse conjunto natural, a natureza é muito importante na localidade”*, avalia o secretário.

A entrevista discorre sobre diversos temas: turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural são alguns pontos abordados por Lummertz. O secretário também menciona as iniciativas da Secretaria para o aumento do turismo no Estado: os Municípios de Interesse Turístico, as rotas cênicas e gastronômicas, os distritos turísticos e explica ainda, como a mudança no calendário escolar, com alteração nas datas de férias, pode contribuir para aumentar o turismo no Estado.

Sobre o projeto Rotas Cênicas, Lummertz destaca o apoio do Governo do Estado para a realização de novas e de mais iniciativas e também destaca que todo o trabalho das ações da Pasta é “fruto de parceria de secretaria com secretaria”.



**PONTOS POSITIVOS:** A série de entrevistas do secretário em rádios do interior e do litoral do Estado contribui para maior divulgação de projetos da Pasta e, principalmente, para um maior entendimento por parte do leitor as ações e iniciativas propostas por ser um espaço onde o secretário consegue expor as intenções por trás de cada projeto. E no longo bate-papo na rádio Life não é diferente. O secretário teve seu vasto e respeitado currículo citado pela apresentadora, pode sanar dúvidas e divulgar como é realizado o trabalho da sua secretaria e as parcerias com os demais órgãos do Governo de São Paulo para uma atuação uniforme em prol do crescimento do Estado e com total apoio do governador João Dória.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Explorar os desdobramentos dos projetos citados pelo secretário como o de Municípios de Interesse Turístico, o de distritos turísticos e o Rotas Cênicas. Levantar números e casos de municípios que recebam ou receberam recursos e de empresas que investiram nas rotas e nos imóveis à venda. Manter dados atualizados das ações da Secretaria, principalmente nas ações que tratam de verbas públicas e privatizações. Lembrar que o próximo ano é de eleição presidencial e que o atual governador é um dos presidenciáveis na disputa, o que pode e deve atrair a atenção da mídia para a transparência nas ações sob sua administração no Estado.



ANÁLISE DIÁRIA	01/07/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Site Acontece Botucatu: Polo Cuesta apresenta projetos ao Turismo do Estado	
Jornal do Sabuguiho: Polo Cuesta apresenta projetos ao Turismo do Estado	

**Análise:**

É notícia em sites da região de Botucatu e de Avaré a reunião entre representantes do consórcio turístico Polo Cuesta e executivo da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, realizada na quarta-feira (30), na capital paulista.

O encontro foi para o consórcio apresentar os projetos da atual gestão (2021-2022) e se colocar a disposição ao pleito de novos recursos a serem investidos no turismo das nove cidades da região do Polo Cuesta (Anhembi, Avaré, Bofete, Botucatu, Itatinga, Paranapanema, Pardinho, Pratânia e São Manuel).

Segundo esta cobertura, um dos projetos apresentados foi o de nova sinalização com totens em todas as entradas do Polo Cuesta, bem como os investimentos que têm sido feitos em comunicação e marketing. O consórcio também demonstrou interesse em apresentar projetos aos outros programas do Estado como o Rotas Cênicas e o Investe SP.

O Polo Cuesta é um consórcio turístico criado em 2001, como associação sem fins lucrativos, com o objetivo de desenvolver o turismo de forma regional e sustentável através da integração e trabalho em conjunto dos municípios. Participaram do encontro o diretor executivo do Polo, Thiago Donini, e Luana Reis, secretária de Turismo de Paranapanema. A dupla foi recebida pelo assessor técnico da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, Vanilson Fickert.

De acordo com Thiago Donini, o Polo Cuesta também pretende pleitear recursos para o Plano Diretor de Turismo Regional, um documento norteador para o desenvolvimento estratégico das nove cidades do consórcio. *“Saímos desta reunião bastante animados pela abertura e possibilidades dadas pela Secretaria do Estado. Estamos confiantes de que possamos colher bons frutos no futuro”*, afirma o diretor do consórcio.



**PONTOS POSITIVOS:** Aceno positivo da Secretaria para a apresentação e estudo das propostas do consórcio demonstra que as atitudes da Pasta estão em conformidade com o seu discurso, que novos projetos que contribuam para ampliar o turismo no Estado são bem recebidos. Também é positivo o interesse do Polo Cuesta em participar do programa Rotas Cênicas.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Acompanhar o desdobramento desse encontro e atuar junto com os municípios na divulgação de projetos futuros. Aproveitar o “gancho” do interesse do Polo Cuesta para ampliar a divulgação do Rotas Cênicas.



70  
02

ANÁLISE DIÁRIA	02/07/2021
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
Site O Victoriano - Avaré: Polo Cuesta apresenta projetos ao Turismo do Estado	

**Análise:**

A página O Victoriano, de Avaré, repete as mesmas informações divulgadas no dia anterior pelos sites Acontece Botucatu e Jornal do Sabuguinho, de Avaré, no qual noticiam a realização de uma reunião entre representantes do consórcio turístico Polo Cuesta e executivo da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo.

A reportagem é o único registro da cobertura de interesse da Secretaria na data de hoje. No encontro, o diretor executivo do Polo, Thiago Donini, e a secretária de Turismo de Paranapanema, Luana Reis, apresentaram projetos da atual gestão do Polo Cuesta para o assessor técnico da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, Vanilson Fickert.

Segundo este noticiário, o consórcio também demonstrou interesse em apresentar projetos aos outros programas do Estado como o Rotas Cênicas e o Investe SP. *“Saímos desta reunião bastante animados pela abertura e possibilidades dadas pela Secretaria do Estado. Estamos confiantes de que possamos colher bons frutos no futuro”*, afirma o diretor do consórcio.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> Aceno positivo da Secretaria para a apresentação e estudo das propostas do consórcio demonstra que as atitudes da Pasta estão em conformidade com o seu discurso, que novos projetos que contribuam para ampliar o turismo no Estado são bem recebidos. Também é positivo o interesse do Polo Cuesta em participar do programa Rotas Cênicas.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> Acompanhar o desdobramento desse encontro e atuar junto com os municípios na divulgação de projetos futuros. Aproveitar o “gancho” do interesse do Polo Cuesta para ampliar a divulgação do Rotas Cênicas.



ANÁLISE DIÁRIA	12/07/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Site Hotelier News: Setur-SP repassou R\$ 75,7 mi para cidades turísticas no 1º semestre	

**Análise:**

Recebe menção no site especializado Hotelier News o repasse de verbas da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo para 119 cidades turísticas paulistas que integram o Dadetur (Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos).

No total, a Secretaria repassou R\$ 75,7 milhões nos primeiros seis meses de 2021. A Baixada Santista recebeu o maior valor: R\$ 25,1 milhões, seguida de São José dos Campos, que inclui Mantiqueira e Litoral Norte, com R\$ 13,1 milhões, e Campinas — região com 25 municípios contemplados — com R\$ 10,8 milhões. Esses recursos permitirão que as cidades com potencial para o turismo no Estado avancem em suas entregas de equipamento turístico e infraestrutura, auxiliando na retomada do setor.

O texto do Hotelier News, que é o único registro do noticiário de interesse da Pasta na data de hoje, pontua que a Secretaria anunciou recentemente a criação do programa Rotas Cênicas como mais uma via para incentivar as viagens e, conseqüentemente, os players ligados ao segmento.

*“O fluxo de turistas nas cidades paulistas aumenta na medida em que avança a vacinação. Os repasses são essenciais para que os municípios concluam as obras e qualifiquem a oferta turística”,* declarou Vinicius Lummertz, secretário de Turismo e Viagens do Estado.

<p><b>PONTOS POSITIVOS:</b> Declaração do secretário Vinicius Lummertz mostra o potencial e a importância do programa de repasses do Dadetur (Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos) para o avanço do turismo nessas regiões e, em especial, para ajudar na retomada do setor no pós-pandemia. A menção ao projeto Rotas Cênicas reforça sua importância dentro do planejamento da Pasta para ampliar o turismo no Estado.</p>
<p><b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.</p>



**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Mapear as obras beneficiadas com o repasse do Dadetur e montar case sobre o impacto dessas melhorias nas localidades mapeadas.

8

73

ANÁLISE DIÁRIA	15/07/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
<p><u>Jornal A Comarca Regional - Avaré</u>: Polo Cuesta oferece projetos de investimentos para 9 cidades da região</p> <p><u>Rádio 102.1 Bragança Paulista</u>: Entrevista com Vinicius Lummertz, secretário de turismo e viagens de SP</p>	

**Análise:**

Em 22 minutos de exposição, o secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz, discorre sobre a retomada das atividades do setor em São Paulo, a importância da vacinação, o desenvolvimento de imunizantes pelo Estado, projetos em curso e programas futuros da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo.

Lummertz explica, na entrevista concedida para a rádio 102,1, de Bragança Paulista, que não falta cliente para São Paulo, o que falta é investimento na divulgação dos diferentes roteiros turísticos do Estado. Ele também pontua a atuação da Secretaria para retomar o crescimento da área em nível superior ao alcançado em 2019, com o avanço do programa São Paulo para Todos. Na ocasião, o turismo cresceu 5,3%.

Sobre o projeto Rotas Cênicas e outras iniciativas, Lummertz declara: *“Nós estamos otimistas com essas rotas, nós trouxemos os guias virtuais de rotas turísticas já do Vale do Ribeira e da Mantiqueira, agora nós vamos fazer de todas as regiões esses guias virtuais. Nós estamos com o projeto de rotas cênicas em curso, é de várias regiões, e já em execução, inicia no Vale do Ribeira, mas vai chegar em todas as regiões do Estado. As rotas cênicas então estão andando, as rotas gastronômicas vão receber agora uma mobilização grande também, nessa mesma lógica de guias virtuais. Onde nós levamos as agências de viagens, levamos ao público diretamente essas opções diferenciadas de turismo de proximidade em São Paulo”*, conclui.

Complementa o noticiário de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo nesta data, registro no jornal impresso A Comarca, do município de Avaré, sobre a reunião entre representantes do consórcio turístico Polo Cuesta e executivo da Secretaria.



O jornal repete as mesmas informações já divulgadas pelos sites Acontece Botucatu e as páginas de Avaré, Jornal do Sabuguinho e O Victoriano. No encontro, o diretor executivo do Polo, Thiago Donini, e a secretária de Turismo de Paranapanema, Luana Reis, apresentaram projetos da atual gestão do Polo Cuesta para o assessor técnico da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, Vanilson Fickert.

Segundo este noticiário, o consórcio também demonstrou interesse em apresentar projetos aos outros programas do Estado como o Rotas Cênicas e o Investe SP. *“Saímos desta reunião bastante animados pela abertura e possibilidades dadas pela Secretaria do Estado. Estamos confiantes de que possamos colher bons frutos no futuro”*, afirma o diretor do consórcio.

**PONTOS POSITIVOS:** A entrevista do secretário Vinícius Lummertz para a rádio 102,1 de Bragança Paulista é rica em informações sobre a expectativa e o empenho da Secretaria e do Governo de São Paulo para a retomada das atividades de turismo no Estado. A publicação valoriza as iniciativas anunciadas pelo secretário, que em 22 minutos de bate-papo conseguiu abordar diversos temas. Falou do excelente crescimento da área em 2019 e como espera que 2022 seja ainda melhor para o turismo. Comentou sobre o avanço da vacinação, a fabricação de vacinas, e declarou que São Paulo terá uma “Orlando brasileira”. Sobre o projeto Rotas Cênicas pontuou que o mesmo deve chegar a todo o Estado.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** O secretário faz uma observação importante na entrevista para a rádio: diz que em São Paulo não faltam clientes, o que falta é divulgação. E ele tem razão. É válido manter as entrevistas com o secretário em veículos estratégicos para a Secretaria, mas também é importante divulgar periodicamente o avanço de obras e a conquistas de novos projetos. Aproveitar o verão para divulgar peculiaridades do turismo no litoral norte e na baixada santista. Divulgar agenda de festivais e eventos no interior do Estado.

<b>ANÁLISE DIÁRIA</b>	<b>28/07/2021</b>
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
<u>Portal R3 Pindamonhangaba</u> : Primeiras intervenções foram identificadas na região onde serão criados cinco roteiros para viagens de carro	
<u>Portal da Cidade - Registro</u> : Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira	
<u>Site Circuito Notícias - Brumadinho</u> : Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira	
<u>Site Canal 39</u> : Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira	

**Análise:**

É fonte de cobertura em quatro sites do interior do Estado de São Paulo a notícia de que o Rota Cênica, um dos principais programas da secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, finalizará em agosto os projetos executivos das 15 primeiras intervenções em três rodovias do Vale do Ribeira, no sul do Estado.

*Serão mirantes e paradosos na SP-165 (Iporanga-Apiai), SP-250 (Apiai-Ribeira-Guapiara) e SP-139 (São Miguel Arcanjo-Sete Barras)*, indica o texto, que é de autoria da Assessoria de Imprensa da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e pauta o noticiário de interesse da Pasta hoje.

As estruturas da primeira etapa do ‘Rotas Cênicas’ devem ser inauguradas em maio de 2022. O projeto completo para o Vale do Ribeira é composto por cinco rotas. As intervenções iniciais estarão em três: Mata Atlântica, Rastro da Serpente e Estrada Parque — as rotas Lagamar e Cavernas serão atendidas na segunda etapa, reforça a cobertura.

“*As Rotas Cênicas serão mais um bom motivo para viajar num Estado que já tem as melhores rodovias do País*”, afirma o secretário de Turismo e Viagens, Vinícius Lummertz. O responsável técnico pelos projetos, Ike Gevaerd, explica que as rotas cênicas são caminhos que já têm qualidades paisagísticas, naturais, culturais e geológicas, que recebem estruturas para proteger e valorizar suas características.

Todos os sites da cobertura de hoje divulgam a imagem que acompanha o texto da Secretaria, cuja legenda valoriza a existência de cavernas, trilhas e cachoeira na região do Vale do Ribeira.



**PONTOS POSITIVOS:** Todo o noticiário dessa data é positivo para a imagem da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo por abrir espaço para íntegra de texto divulgado pela Assessoria de Imprensa da Pasta. A exposição demonstra o interesse da mídia pelo tema, o que pode contribuir para ampliar o escopo de divulgação de novas etapas do projeto. Importante à sinalização do secretário Lummertz de que o Estado já possui as melhores rodovias, pois este é um assunto pouco explorado e mostrar a qualidade das estradas paulista pode ser mais um atrativo para o turismo.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data

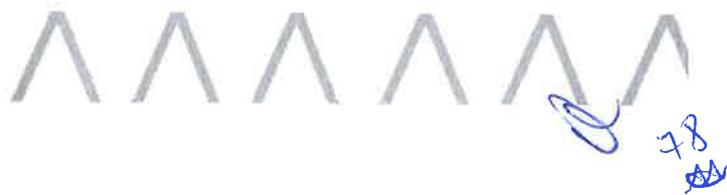
**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Oferecer junto com texto de divulgação mais opções de imagens para que os veículos possam ampliar o espaço dado ao tema. O interesse de sites de diversas localidades demonstra que há espaço para expor as próximas etapas. Preparar material sobre o início das obras, realizar visita guiada com a imprensa antes da inauguração e fazer a apresentação oficial e uma atração com a presença do governador, do secretário Lummertz e de representantes de empresas parceiras. Preparar ação com influenciadores de viagens de aventura, de viagens em família e de turismo na natureza para ampliar o alcance do tema também na mídia segmentada e redes sociais.



<b>ANÁLISE DIÁRIA</b>	<b>30/07/2021</b>
<b>Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo</b>	
<b>Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse</b>	
<b>Destaques do dia:</b>	
<p><u>Site Cotia 24 Horas</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Defesa</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Diário em Foco</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Folha da Minha Sampa</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Gazeta da Semana</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Gazeta Costa Sul</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Informativo Astral</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Jornal de Itatiba</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Portal Mix Vale</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Morato Hoje</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Mustach</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Novo Cantu - Paraná</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site O Repórter Reginal</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Oeste 360</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Penha News</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Portal Antenados - Itabirito</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Portal Morada - Araraquara</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Tribuna Paulista</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site TV Interbam</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p> <p><u>Site Zatum</u>: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira</p>	

**Análise:**

A exposição na imprensa de matérias de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, na data de hoje, é a maior já registrada desde o início do ano. 31 sites, a maioria de veículos do interior do Estado, divulgam a notícia de que o Rota Cênica finalizará em agosto os projetos executivos das 15 primeiras intervenções em três rodovias do Vale do Ribeira, no sul do Estado.



'Serão mirantes e paradosos na SP-165 (Iporanga-Apiá), SP-250 (Apiá-Ribeira-Guapiara) e SP-139 (São Miguel Arcanjo-Sete Barras)', indica o texto presente nesta cobertura, que é de autoria da Assessoria de Imprensa da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo. Todos os 31 sites repetem o mesmo texto, também divulgado ontem por Portal R3 Pindamonhangaba, Portal da Cidade, do município de Registro, Site Circuito Notícias, de Brumadinho, e site Canal 39.

Todos os sites da cobertura de hoje também divulgam imagem que acompanha o texto da Secretaria, cuja legenda valoriza a existência de cavernas, trilhas e cachoeiras na região do Vale do Ribeira.

**PONTOS POSITIVOS:** Assim como registrado no dia 28, o noticiário dessa data é positivo para a imagem da Secretaria por abrir espaço para íntegra de texto divulgado pela Assessoria de Imprensa da Pasta. A exposição demonstra o interesse da mídia pelo tema, o que pode contribuir para ampliar o escopo de divulgação de novas etapas do projeto. É importante a sinalização do secretário Lummertz de que o Estado já possui as melhores rodovias, pois este é um assunto pouco explorado e mostrar a qualidade das estradas paulista pode ser mais um atrativo para o turismo.

**RISCOS DE IMAGEM:** Não há risco de imagem no noticiário desta data.

**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:** Mantemos a recomendação anterior, de oferecer junto com texto de divulgação mais opções de imagens para que os veículos possam ampliar o espaço dado ao tema. O interesse de sites de diversas localidades demonstra que há espaço para expor as próximas etapas. Também é válido preparar material sobre o início das obras, realizar visita guiada com a imprensa antes da inauguração e fazer a apresentação oficial e uma atração com a presença do governador, do secretário Lummertz e de representantes de empresas parceiras. Preparar ação com influenciadores de viagens de aventura, de viagens em família e de turismo na natureza pode contribuir para ampliar o alcance do tema também na mídia segmentada e redes sociais.



79

ANÁLISE DIÁRIA	31/07/2021
Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo	
Pesquisa: Rotas Cênicas de São Paulo, Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e matérias de interesse	
Destaques do dia:	
Site Voz do Vale 103,3 FM: Implantação de Rotas Cênicas avança no Vale do Ribeira	

**Análise:**

Segue no radar da imprensa, desta vez em site da rádio Voz do Vale 103,3 FM, a notícia de que o Rota Cênica finalizará em agosto os projetos executivos das 15 primeiras intervenções em três rodovias do Vale do Ribeira, no sul do Estado. O registro é o único na cobertura de interesse da Secretaria de Turismo e Viagens, na data de hoje.

O assunto foi pauta em 35 outros sites na semana. Essa cobertura, incluindo o registro de hoje, repete o texto de autoria da Assessoria de Imprensa da Pasta que destaca que as intervenções ‘*serão mirantes e paradouros na SP-165 (Iporanga-Apiai), SP-250 (Apiai-Ribeira-Guapiara) e SP-139 (São Miguel Arcanjo-Sete Barras)*’.

Imagem que acompanha texto da Secretaria, cuja legenda valoriza a existência de cavernas, trilhas e cachoeiras na região do Vale do Ribeira, também está presente na matéria do Voz do Vale, assim como a declaração do secretário de Turismo do Estado, Vinicius Lummertz que avalia: “*As Rotas Cênicas serão mais um bom motivo para viajar num Estado que já tem as melhores rodovias do País*”, afirma.

<b>PONTOS POSITIVOS:</b> Mais uma vez se repetem os pontos positivos. Todo o noticiário dessa data é positivo para a imagem da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo por abrir espaço para íntegra de texto divulgado pela Assessoria de Imprensa da Pasta. A exposição demonstra o interesse da mídia pelo tema, o que pode contribuir para ampliar o escopo de divulgação de novas etapas do projeto. Importante à sinalização do secretário Lummertz de que o Estado já possui as melhores rodovias, pois este é um assunto pouco explorado e mostrar a qualidade das estradas paulista pode ser mais um atrativo para o turismo.
<b>RISCOS DE IMAGEM:</b> Não há risco de imagem no noticiário desta data.
<b>AÇÕES DE COMUNICAÇÃO:</b> Mantemos as recomendações apresentadas nas últimas duas últimas análises com foco no mesmo tema. Oferecer junto com texto de divulgação



mais opções de imagens para que os veículos possam ampliar o espaço dado ao tema. O interesse de sites de diversas localidades demonstra que há espaço para expor as próximas etapas. Preparar material sobre o início das obras, realizar visita guiada com a imprensa antes da inauguração e fazer a apresentação oficial e uma atração com a presença do governador, do secretário Lummertz e de representantes de empresas parceiras.

Preparar ação com influenciadores de viagens de aventura, de viagens em família e de turismo na natureza para ampliar o alcance do tema também na mídia segmentada e redes sociais.



81  
2021



SUBQUESITO

1

PRINCIPAIS  
CLIENTES

4

82

## RELAÇÃO DE CLIENTES ATUAIS

Clientes Atuais	Segmento	Início	Natureza do trabalho
2W Energia	Energia	Março/2021	Assessoria de Comunicação
3 Corações	Indústria alimentícia	Dezembro/2013	Assessoria de Comunicação
Acciona	Infraestrutura	Janeiro/2019	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Acqio	Fintech	Dezembro/2020	Assessoria de Comunicação
Adobe	Software	Novembro/2015	Assessoria de Comunicação
ADP	Gestão do capital humano	Outubro/2011	Assessoria de Comunicação e marketing digital
ADSMOVIL	Publicidade	Maió/2015	Assessoria de Comunicação
Agropalma	Agronegócio	Agosto/2021	Assessoria de Comunicação
Amakha	Cosméticos	Junho/2020	Assessoria de Comunicação
American Tower	Infraestrutura de telecomunicações	Março/2019	Marketing digital
Arteris	Concessão de rodovias	Dezembro/2019	Assessoria de Comunicação
Assist Card	Seguro viagem	Maió/2017	Assessoria de Comunicação
Atos	Tecnologia da informação	Novembro/2019	Assessoria de Comunicação
Avalara	Software	Janeiro/2017	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Avaya	Soluções de telecomunicações	Novembro/2012	Assessoria de Comunicação
AWS	Computação em nuvem	Agosto/2020	Assessoria de Comunicação
Bain & Company	Consultoria de negócios	Novembro/2015	Assessoria de Comunicação
Banco Alfa	Banco	Outubro/2020	Assessoria de Comunicação
BioCatch	Tecnologia comportamental	Julho./2021	Assessoria de Comunicação
Brivia	Publicidade	Junho/2021	Assessoria de Comunicação
C&C	Comércio	Junho/2021	Assessoria de Comunicação
Camicado	Comércio	Março/2021	Assessoria de Comunicação
CDF	Seguros	Maió/2021	Assessoria de Comunicação
Chama	Aplicativo	Dezembro/2020	Assessoria de Comunicação
CI&T	Soluções digitais	Março/2019	Assessoria de Comunicação

Citrosuco	Agronegócio	Fevereiro/2009	Assessoria de Comunicação e gestão de crise
Coats	Indústria têxtil	Julho./2021	Assessoria de Comunicação
Cognizant	Tecnologia da informação	Março/2017	Assessoria de Comunicação
Compasso (UOL)	Tecnologia da informação	Fevereiro/2021	Assessoria de Comunicação
Conquer	Educação	Fevereiro/2021	Assessoria de Comunicação
CT - Complexo Tatuapé	Complexo comercial	Abril/2013	Assessoria de Comunicação
Dafiti	Comércio online	Novembro/2020	Assessoria de Comunicação
DHL	Logística	Junho/2019	Assessoria de Comunicação
Duarte Garcia	Escritório de advocacia	Novembro/2017	Assessoria de Comunicação
Edenred	Benefícios	Abril/2017	Assessoria de Comunicação e comunicação interna
Elsys	Eletroeletrônico	Março/2019	Assessoria de Comunicação
Escape 60	Entretenimento	Abril/2015	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Fast Shop	Comércio	Outubro/2019	Assessoria de Comunicação
FEMSA	Indústria de bebidas	Outubro/2015	Assessoria de Comunicação, redes sociais e comunicação interna
Fini	Indústria alimentícia	Fevereiro/2018	Assessoria de Comunicação
Infosys	Tecnologia	Maiio/2019	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Ingredion	Indústria alimentícia	Fevereiro/2011	Assessoria de Comunicação e produtos em geral
Intelie	Tecnologia da informação	Março/2021	Assessoria de Comunicação
ISA CTEEP	Energia	Junho/2021	Assessoria de Comunicação e Mídias Digitais
Kalunga	Comércio	Fevereiro/2011	Assessoria de Comunicação
Kwai	Aplicativo	Maiio/2021	Assessoria de Comunicação
Logicalis	Tecnologia da informação	Outubro/2016	Assessoria de Comunicação e redes sociais
LongPing	Indústria de sementes	Julho/2021	Assessoria de Comunicação
Machado Meyer	Escritório de advocacia	Setembro/2013	Assessoria de Comunicação

Magento	Plataforma e-commerce	Dezembro/2019	Assessoria de Comunicação
MAM	Produtos infantis	Janeiro/2019	Assessoria de Comunicação
Mauá	Educação	Janeiro/2011	Assessoria de Comunicação
Mercado Eletrônico	Soluções digitais	Abril/2012	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Mobly	Móvel e decorações	Março/2019	Assessoria de Comunicação
Motorola	Comunicação celular	Agosto/1997	Assessoria de Comunicação e gestão de crise
Motul	Óleos e lubrificantes	Julho/2021	Assessoria de Comunicação
MSG Global	Soluções SAP	Agosto/2021	Assessoria de Comunicação
MV	Soluções para saúde	Fevereiro/2021	Assessoria de Comunicação e Gestão de Reputação de Executivo
Nava	Tecnologia da informação	Outubro/2020	Assessoria de Comunicação e Conteúdo para LinkedIn de Executivos
Newell	Eletrrodomésticos	Abril/2021	Assessoria de Comunicação
NGK	Produtos automotivos	Maio/2021	Assessoria de Comunicação
Nissin	Indústria alimentícia	Fevereiro/2018	Assessoria de Comunicação
Novelis	Fabricação de alumínio	Novembro/2020	Social Listening
NuvemShop	Plataforma para e-commerce	Agosto/2019	Assessoria de Comunicação
Odontoprev	Planos odontológicos	Junho/2017	Assessoria de Comunicação, redes sociais e criação
Open English	Plataforma e-learning	Maio/2021	Assessoria de Comunicação
Orizon	Saúde	Fevereiro/2020	Assessoria de Comunicação
Pettenati	Indústria têxtil	Julho./2021	Assessoria de Comunicação
Polenghi	Indústria alimentícia	Maio/2017	Assessoria de Comunicação
Qlik	Software	Fevereiro/2014	Assessoria de Comunicação
RD	Rede de drogarias	Agosto/2004	Assessoria de Comunicação
Rémy Cointreau	Bebida	Julho./2015	Redes sociais
Robert Half	Recrutamento e Seleção	Abril/2016	Assessoria de Comunicação
Rodobens	Soluções financeiras	Julho/2020	Assessoria de Comunicação
SAS	Soluções analíticas	Julho/2019	Assessoria de Comunicação

Schneider Electric	Produtos e serviços elétricos	Setembro/2017	Assessoria de Comunicação
Seal	Telecomunicações	Março/2015	Assessoria de Comunicação
Service IT	Informática	Março/2018	Assessoria de Comunicação
Setin	Construtora e incorporadora	Setembro/2020	Assessoria de Comunicação e Gestão de LinkedIn Executivo
Sonda	Soluções digitais	Abril/2019	Assessoria de Comunicação e marketing digital
Sony Music	Projetos musicais	Fevereiro/2018	Assessoria de Comunicação e redes sociais
Steck	Materiais elétricos	Novembro/2020	Assessoria de Comunicação e LinkedIn Executivo
The Men's	Beleza	Junho/2021	Assessoria de Comunicação
Tokio Marine	Seguradora	Novembro/2017	Assessoria de Comunicação
Toyota	Indústria Automotiva	Janeiro/2020	Assessoria de Comunicação
TPV	Produtos eletrônicos	Dezembro/2019	Assessoria de Comunicação
Trademap	Gestão financeira	Outubro/2020	Assessoria de Comunicação
Validity	Consultoria de marketing	Novembro/2016	Assessoria de Comunicação
Vertem	Gestão de fidelidade	Setembro/2020	Assessoria de Comunicação
ViaLaser	Beleza	Setembro/2020	Assessoria de Comunicação e Blog
Visa	Cartão de crédito	Agosto/2013	Criação de peças
VMWare	Tecnologia da informação	Abril/2016	Assessoria de Comunicação
Yuny	Construtora e incorporadora	Fevereiro/2021	Assessoria de Comunicação
Zenvia	Marketing conversacional	Junho/2016	Assessoria de Comunicação

SUBQUESTO

2

ESTRUTURA  
FÍSICA:  
INSTALAÇÕES,  
INFRAESTRUTURA  
E RECURSOS  
MATERIAIS

87  
88

### **QUESITO 3**

#### **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E HABILIDADES DA EQUIPE**

##### **Metodologia, instalações, infraestrutura e recursos materiais**

Criada em fevereiro de 2019, a RPMA é uma empresa de comunicação integrada e projetos digitais, que nasceu da fusão da RP1 e RMA, agências premiadas e reconhecidas pelo mercado. O propósito da agência é conectar marcas e pessoas para apoiar negócios, com visão estratégica, inovação e agilidade. Atualmente a agência possui 100 clientes, 130 colaboradores e mais de 85 prêmios. A RPMA é a terceira agência independente de Relações Públicas do País.

A RPMA utiliza inteligência de dados para que seus clientes se relacionem com todos os públicos ao longo de suas jornadas. Com forte atuação em Relações Públicas e marketing digital, seu processo de trabalho parte de um amplo diagnóstico e planejamento para a posterior execução de um cardápio completo de soluções de gestão de reputação, engajamento e geração de oportunidades.

Foi reconhecida pelo PR Scope 2017 como a agência que tem os clientes mais satisfeitos do setor e, em 2019, como a agência de maior grau de confiança. Foi também eleita pelo prêmio Jatobá como a Agência do Ano por duas vezes (2018 e 2020), Case do Ano e campeã de cases premiados em 2020. Com uma carteira de mais de 100 clientes líderes em seus segmentos, com projetos diferenciados e premiados, sua atuação comprova a competência de uma equipe de 130 profissionais competentes, comprometidos e criativos. A única agência certificada GPTW® (Great Place to Work) do setor de Relações Públicas por onze edições. Para proporcionar o melhor atendimento a sua carteira de clientes, a RPMA Comunicação possui uma infraestrutura completa, com escritório em São Paulo, braços operacionais e parceiros distribuídos em algumas das principais capitais brasileiras e também no exterior. A RPMA atua de forma multidisciplinar, por meio de um portfólio completo de soluções, adaptadas a cada tipo de negócio: Planejamento e Consultoria; Relações Públicas e Gestão de Reputação; Marketing Digital e Criação.

## Planejamento e Consultoria

O planejamento é o ponto inicial de todo trabalho conduzido pela RPMA. Por meio de pesquisas e análises de dados é possível desenvolver cenários que servirão de base para a definição de ações e ferramentas a serem utilizadas para contemplar os diversos públicos de interesse, frente às oportunidades positivas e pontos sensíveis. A agência garante a recomendação estratégica de ações e o aconselhamento próximo ao cliente, considerando a velocidade e agilidade dos meios de comunicação, contexto e mudanças de cenário, de modo a atender os objetivos traçados no planejamento.

Como peça-chave do processo, o planejamento estratégico de comunicação é elaborado em alinhamento com os objetivos de negócios gerais de cada cliente. Após imersão interna no cliente e mapeamento de riscos e oportunidades, definem-se as linhas estratégicas de atuação e as ações táticas previstas para o período contratado, bem como a definição das mensagens-chave e o posicionamento desejado. Além do planejamento, a agência de comunicação também oferece:

**a.) Projetos de Branding** - Desenvolvemos diversos tipos de estratégias para valorizar a marca por meio de mídia própria, mídia ganha e mídia paga, com criação de motes e campanhas em momentos de reposicionamento de marca ou de demandas específicas.

**b.) Análises de Cenários** - Criamos metodologia para estudos de ambientes, públicos, humores específicos e realização de sondagens para identificação de riscos e oportunidades, ambos com a finalidade de apoiar o cliente em decisões de negócios.

**c.) Pesquisas** - Realização de pesquisas quantitativas e qualitativas são imprescindíveis para uma profunda análise de cenário e de tendências, sendo fundamental para avaliar imagem ou posicionamento do cliente e até ajudar a definir investimentos em novas áreas ou aceitação de produtos e serviços.

## Assessoria de Comunicação e Relações Públicas Data-Driven

Dados analíticos são a base de toda a elaboração de estratégias e ações táticas de Relações Públicas e permitem que as soluções propostas sejam mais criativas e ganhem relevância no contexto em que o cliente atua e/ou deseja atuar. Neste sentido, temos sido referência em uso inteligente de dados. Identificamos e promovemos o relacionamento com múltiplos públicos,

pois acreditamos que a construção de um diálogo direto, permanente e consistente é premissa fundamental da sustentabilidade das instituições:

**a.) Mídia editorial** - Assessoria de imprensa é imprescindível para a comunicação das instituições com todos os seus públicos. Temos capacidade de detectar os fatos do cliente que podem gerar notícias e habilidade de conferir a elas um formato atraente e adequado para cada tipo de mídia editorial – impressa, on-line ou eletrônica.

**b.) Influenciadores** - Com um papel cada vez mais presente e importante, os influenciadores e blogueiros são parte primordial das ações de comunicação de empresas e instituições. A RPMA possui ferramentas e soluções que permitem mapear oportunidades e relevância deste público garantindo assertividade nas ações e acompanhamento de resultados.

**c.) Gestão de Crises** - O sucesso no gerenciamento de crise de imagem depende de agilidade, precisão e segurança nas ações imediatas e na recomendação de posicionamento. Reconhecida pelo mercado como tendo profunda expertise na gestão de crises – como acidentes de grandes proporções, conflitos institucionais, recall de produtos, demissões e fechamento de unidades – a RPMA orienta clientes desde a preparação para lidar com eventuais situações de conflito, bem como atua diretamente na gestão da comunicação, alinhando públicos internos e externos e demais parceiros na exposição de posicionamento. Somos especialistas em mapeamento de riscos, consultoria e recomendação de estratégias e táticas on e offline, preparação de executivos, relacionamento com os públicos e treinamento de compliance.

**d.) Comunicação Interna** - Com projetos de embasados em diagnósticos com perfil dos públicos, necessidades da empresa, estudo das ferramentas, formatos de veículos e de campanhas de engajamento, endomarketing e canais oferecemos as soluções completas: do fluxo de informações ágil e eficiente, tratando cada colaborador como um multiplicador de opinião à integração de mensagens e posicionamentos internos e externos para conferir coerência e consistência à organização.

**e.) Eventos** - Realizamos a divulgação e apoio para eventos já estabelecidos pelo cliente ou que necessitem de concepção personalizada, em consonância com as mensagens de comunicação da empresa.

↑  
aw  
DA

**f.) Branded Content** - Solução de comunicação que permite ter o completo conteúdo, disseminando a mensagem alinhada com os objetivos específicos da instituição. Elaboramos conteúdo e mídia, para que se obtenha o melhor resultado com o tipo de exposição.

**g.) Media Training** - Nossos programas de media training, reconhecidos pelo mercado, são customizados e abrangem desde conteúdo a postura. Podem ser aplicados individualmente ou em grupo, por profissionais da agência ou em parceria com conceituados jornalistas.

### Digital

Como agência de comunicação integrada e projetos digitais, desenvolvemos as melhores estratégias, táticas e ações de RP para promover as marcas dos clientes no ambiente digital, assim como nas ferramentas off-line, tais como:

**a.) Campanhas digitais** - com objetivos claros e indicadores de performance (KPIs) definidos, utilizamos os diversos canais e ferramentas disponíveis para divulgar uma marca, um produto ou serviço.

**b.) Gestão integrada** - A partir de um planejamento estratégico inicial, fazemos um diagnóstico completo, identificando problemas e dificuldades. Definimos os objetivos e cuidamos da presença digital do cliente como um todo (campanhas de ações ao longo do ano, redes sociais, website, SEO, mídia, etc.).

**c.) BI** - A RPMA tem, na sua área de inteligência de dados, profissionais capacitados para o BI (*Business Intelligence*), *performance (analytics)* e **social listening**. Esses profissionais são apoiados por uma área de *Data Science* nos serviços de tratamento, tabulação e mineração de dados, além de formatação de dashboards.

### Vídeos e Criação - Consultoria Criativa

Nossa equipe de criação tem *expertise* no desenvolvimento desde o conceito criativo e KV (*key visual*) até o desdobramento desses conceitos visuais e [de identidade visual de peças criativas, entre tantos formatos], seja para campanha de comunicação integrada envolvendo *banners, hot site, landing pages*, infográficos, posts em redes sociais, seja em formatos *off-line* de totem, envelopamento mobiliário ou intervenções urbanas.

1

91

SUBQUESITO

3

SISTEMÁTICA  
DE ATENDIMENTO

X

92  
A

## Sistemática de Atendimento

A sistemática de atendimento que a RPMA Comunicação utilizará para melhor atender a Secretaria de Turismo e os desafios de comunicação propostos pelo cenário segue a mesma metodologia que a agência aplica com sucesso há anos em seus clientes institucionais e de prestação de serviços, resultando em geração de exposição positiva, preservação de imagem e construção da reputação, por meio de completos e profundos programas e projetos de comunicação integrada e atuação clara, ética e assertiva em todos os ambientes e veículos da mídia editorial.

A metodologia a ser aplicada à Secretaria de Turismo seguirá, mas não se restringirá, os seguintes passos:

### 1. Análise e Diagnóstico

Para produzir um plano de comunicação que atenda de forma integrada o universo e as necessidades de comunicação da Secretaria de Turismo a RPMA realizará um profundo processo de imersão e pesquisa com os principais interlocutores a fim de detectar e detalhar cenários de atuação, explorando oportunidades, desafios, riscos e ameaças. Serão analisados os posicionamentos dos stakeholders, seus principais temas de interesse, as questões delicadas e sensíveis ao setor, bem como o cenário em que está inserida a cobertura da mídia editorial para posterior definição e detalhamento dos objetivos de comunicação e resultados esperados do projeto. Durante esta fase inicial, são realizadas entrevistas com os principais gestores da Secretaria de Turismo, análise retroativa do contexto na mídia espontânea e entrevistas com jornalistas e interlocutores externos-chave, além de análise de pesquisas de opinião disponíveis. Tal levantamento servirá de cenário para a detecção de riscos, oportunidades para a elaboração de estratégias proativas ou mesmo reativas para ampliar a reputação positiva dos programas e iniciativas da Secretaria de Turismo.

a.) **Objetivos de Comunicação** - esta fase permitirá que sejam desenhados os objetivos de comunicação da Secretaria de Turismo durante a execução do projeto;

b.) **Imersão Interna e mapeamento de oportunidades** – etapa composta por entrevistas em profundidade que visam obter conhecimento completo sobre a atuação do órgão, seus desafios de atuação e de entendimento enfrentados recentemente, expectativas de exposição, e posterior definição – em conjunto com profissionais da Secretaria de Turismo –

do posicionamento demandado e fundamentado pelo uso das ferramentas a serem elaboradas ou atualizadas, diante dos desafios e necessidades da comunicação.

**c.) Análise da percepção externa com a mídia** – sondagens com a imprensa de maneira a obter a percepção dos jornalistas a respeito da atuação da Secretaria de Turismo, aspectos a serem intensificados, programas foco de atuação sob a ótica da formação de reputação, pontos de melhoria no relacionamento, assuntos mais demandados e que geram mais interesse, bem como processos e conteúdos mais adequados a cada perfil de veículo e necessidade da agência.

**d.) Definição de metas de exposição, preservação de riscos reputacionais e demandas de esclarecimento** - apresentação de matriz de metas e *key messages* a serem utilizadas de acordo com o cronograma de prioridades de comunicação da Secretaria de Turismo. Será feita a validação com a equipe de comunicação da agência para que os objetivos sejam definidos de comum acordo e cuja implementação e desenvolvimento sejam acompanhados de perto pela gestão da área.

## **2. Planejamento**

Base para o desenvolvimento completo e adequado às necessidades de comunicação e à construção e ao fomento de posicionamento positivo e aderente à atuação da Secretaria de Turismo, a RPMA irá estabelecer um profundo planejamento, prevendo ações de comunicação institucional e para cada programa específico, iniciativas de Relações Públicas a adoção de ferramentas e táticas adequadas e atuais para conquista da reputação almejada pela agência. Após a entrega do diagnóstico completo consideradas todas as etapas descritas acima, a RPMA Comunicação irá implementar, junto à gestão de comunicação da Secretaria de Turismo um programa de *brainstorm* com metodologia proprietária, que permite considerar o completo cenário e a adequação e cronologia de implementação de todas as ferramentas e áreas de comunicação. Após esse processo, as equipes da Secretaria de Turismo e da RPMA definem, em conjunto, a concepção de um plano de comunicação integrado, completo e efetivo.

O documento irá prever objetivos de comunicação institucional e por programa, mensagens-chave por área de atuação, definição e preparação de porta-vozes prioritários e secundários, elaboração e validação da Política de Comunicação (direcionamento de temas e

porta-vozes, definição de fluxo e prioridades), tratamento a ser conferido aos temas sensíveis e como direcioná-los, mídia-alvo (prioritária e secundária) e diagnóstico dos veículos e perfis de influenciadores. Nas ações propostas, o plano prevê, ainda, as estratégias de divulgação (macro e pontuais), cronograma e ativações do programa de Relações Públicas com jornalistas, influenciadores e demais públicos, táticas e processos internos de comunicação (de curto, médio e longo prazos), e resultados a serem atingidos, com as métricas e acompanhamento de resultados definidos anteriormente.

O planejamento de comunicação engloba:

- Resumo do Diagnóstico da Comunicação
- Mapeamento e elaboração de mailing de veículos-alvo
- Definição e padronização de documentos internos e externos, tais como:
  - Cronogramas;
  - Roteiro para levantamento de pautas e demais informações;
  - Sistema de situações de alerta e SLA's recomendados;
  - Roteiro de preparação para entrevistas com perfil do jornalista, da publicação e do contexto em que a solicitação está inserida;
  - Roteiro para retorno de entrevistas, explorando pontos fortes e pontos a serem melhorados;
  - Estratégias e ações de relacionamento com todo detalhamento necessário.
  - Roteiro para sugestões de pauta exclusivas, elaboração de pautas informais, *press-releases*, notas e *press-kits*;
  - Elaboração e atualização de *press kit* da Secretaria de Turismo;
  - Banco de pautas especiais;
  - Recomendações de conteúdo nas redes sociais;
  - Temas sensíveis e assuntos delicados com completo mapeamento, atualização de histórico e proposição de ação

### 3. Plano de Execução

#### a. Assessoria de Imprensa

Após aprovação do planejamento de comunicação junto à Secretaria de Turismo, a agência irá implementar um cronograma de atuação para a agência, que norteará todas as ações de comunicação com data de início, tópico da pauta, responsável pela matéria, fonte/porta-voz e deadline.

A equipe da RPMA Comunicação também se dedicará diariamente a detectar oportunidades de notícias de acordo com os objetivos de comunicação propostos. Entre as competências da RPMA, estão o relacionamento com os profissionais e veículos de imprensa, a capacidade de analisar os fatos gerados pelos clientes e transformá-los em notícias, a habilidade de conferir a elas um formato atraente e adequado para cada tipo de mídia - impressa, online ou eletrônica.

#### **Estratégias iniciais:**

- Definição de jornalistas-chave para construção, manutenção ou reversão de opinião em relação às ações e propósitos de comunicação da Secretaria de Turismo
- Definição de estratégias de comunicação por veículo e perfil de jornalista
- Gerenciamento da demanda de imprensa com atendimento ágil e assertivo
- Divulgação proativa das campanhas, ações e estatísticas;
- Monitoramento dos meios de comunicação para prevenção de crises e detecção de oportunidades
- Centralização da demanda da imprensa e orientação sobre o tema a ser tratado, a possibilidade de encaixe das mensagens desejadas pelo órgão e gerenciamento de prazos, com acompanhamento das entrevistas agendadas.
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes para as entrevistas, coletivas de imprensa, palestras;
- Realização de coletivas/eventos para anúncios para a imprensa e blogueiros;
- Criação de banco de pautas, sugestão de fontes e estatísticas para pautas
- Ronda interna para detecção de assuntos e pautas a serem trabalhados
- Desenvolvimento de artigos, criação de releases, notas e press kits
- Definição de calendário anual para divulgação de dados relevantes
- Monitoramento de crises, prevendo análise de cenários, Q&As, position papers reativo e recomendação de ação;
- Criação de estratégias específicas de divulgação para os projetos

## **b. Ações de RP com Jornalistas e Formadores de Opinião**

Engajar os gestores em ações de relacionamento com a mídia e estabelecer agenda positiva de encontros com diretores de redação, de acordo com o público-alvo e região foco de atuação são necessidades primárias para o desenvolvimento do relacionamento da agência com a Imprensa. Para tanto, além do programa de encontros de relacionamento e visitas às principais redações da mídia-alvo, a RPMA desenvolverá ações de Relações Públicas, tais como:

- Gerenciamento da matriz de relacionamento dos gestores com a imprensa e influenciadores digitais;
- Definição de formadores de opinião estratégicos
- Agendamento de encontros de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião
- Criação de calendário de datas especiais para ações de relacionamento específicas junto aos formadores de opinião
- Envio de kits de imprensa
- Produção de press-trips, quando necessário

### **Materiais de apoio e relatórios**

A partir da validação da Política de Comunicação, a RPMA adotará práticas e atividades cotidianas para garantir alinhamento de atuação e preparo dos gestores do órgão, envolvendo:

- Envio de formulário de solicitação de entrevista, contendo nome e perfil do veículo e do jornalista, editoria, detalhes da pauta, deadline e recomendação de atendimento em alinhamento à estratégia global de comunicação.
- Produção de documento de perguntas e respostas (Q&A) para temas específicos, a fim de organizar o posicionamento da associação e manter os porta-vozes alinhados.
- Elaboração de Relatório Semanal de Pendências contendo o registro de todas as atividades, pendentes e concluídas, na semana
- A RPMA também entrega mensalmente uma planilha com todas as solicitações de entrevista e o atendimento dado a cada uma delas, detalhando se a pauta foi atendida (telefone, e-mail, pessoalmente) ou declinada (por questões estratégicas ou falta de agenda).

- Relatório pós-entrevista concedida, contemplando as principais informações passadas ao repórter e uma avaliação da performance do porta-voz, incluindo pontos de atenção e sugestão de melhorias.
- Relatório Mensal, entregue até o décimo dia útil do mês subsequente para avaliar o trabalho desenvolvido e sugerir novas ações para o mês posterior. As avaliações permitem rever o planejamento, cronograma e estratégias para o mês seguinte.
- Realização de reuniões semanais com a equipe de comunicação do cliente para alinhar o trabalho de equipe e identificar oportunidades de notícias, bem como avaliar o trabalho que está sendo desenvolvido, acompanhando os programas e ações do cliente do ponto de vista de comunicação, para propor ações e correção no processo, se necessário.

#### **Avaliação de resultados:**

A RPMA recomenda que, para aferir o sucesso das estratégias de comunicação na mídia editorial, a Secretaria de Turismo adote o MIA® – Monitor de Imagem e Audiência. Trata-se de método desenvolvido pela RPMA Comunicação que agrega visão estratégica aos resultados de exposição na mídia, avaliando, mensurando, comparando e qualificando o retorno de imprensa.

Mais completa e detalhada, a análise pelo MIA® poderá ser aplicada a cada trimestre, permitindo correções estratégicas de atuação.

No caso de avaliação de resultados da eficácia das ações de imprensa e relações públicas, a RPMA produzirá avaliação mensal, contendo qualificação da mídia, inserção de mensagens-chave e presença de porta-vozes.

A análise diária é a ferramenta mais ágil para a implementação de ações pontuais e correções necessárias e servirá de termômetro para a apuração pontual das atividades.

Todas as análises (mensal, MIA® e diárias) são importantes subsídios para a avaliar a eficácia das ações propostas.

#### **Rotina:**

Uma parceria profícua e sinérgica entre a RPMA e a Secretaria de Turismo dependem, fundamentalmente, de um fluxo de comunicação contínuo e frequente para a elaboração e execução das ações. Ferramentas, acompanhamento diário e comprometimento da equipe com

a condução das atividades cotidianas se darão de forma frequente. Momentos sensíveis ou mesmo de situações de crise demandam da equipe da agência maior atenção, agilidade e presença, sendo compromissos assumidos pelas gestão e equipe. A sistemática, em resumo, se dará da seguinte forma:

- Contatos diários de gestão: serão conduzidos diretamente por profissionais da agência, que irão realizar o diagnóstico, cenário de atuação, necessidades e demandas, proporcionando completa consultoria de comunicação à Secretaria de Turismo.
- Por meio destes contatos, a equipe será demandada e direcionada para as atividades, com a definição de prazos e necessidades, a ser conduzida pela equipe.
- Agenda semanal: servirá de acompanhamento de *status* das ações e se dará por meio de apresentação pessoal do relatório semanal de pendências, atividades e resultados.

### **Cronograma Básico de Trabalho**

1. A equipe da agência elabora as estratégias
2. Profissionais da agência apuram oportunidades internamente na Secretaria de Turismo
3. Profissionais recebem e avaliam demandas
4. Profissionais Gestores RPMA propõem ações de PR e estratégias de atuação
5. Profissionais apoiam as estratégias e acompanham prazos
6. Aprovação Secretaria de Turismo
7. Equipe da RPMA dá andamento à estratégia
8. Reporte de resultado pela Equipe RPMA à Secretaria de Turismo - relatórios de divulgação, mensais, MIA®, demandas
9. Reuniões Equipe RPMA e Secretaria de Turismo para análise (desafios e oportunidades)  
Reunião de avaliação e melhorias com profissional

### **Infraestrutura**

A RPMA Comunicação conta com uma moderna infraestrutura de TI, telefonia, ferramentas de gestão e monitoramento, composta por equipamentos de última geração, seguindo políticas e procedimentos desenvolvidos por uma equipe de profissionais altamente qualificados para garantir a segurança de seus dados.

A agência possui uma infraestrutura em São Paulo composto pelos seguintes elementos:

- 2 links de internet de alta performance dedicados para fornecer toda a conectividade da empresa;
- 1 Firewall com UTM e IDS mantendo a rede da RPMA totalmente segura contra possíveis tentativas de invasão;
- Rede estruturada em Google Workspace com pacotes de segurança avançada e sistemas de validação dupla, obedecendo os parâmetros estabelecidos pela LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados).
- Sistema de monitoramento de acessos a internet através de Transparent Proxy e monitoramento ativo dos links de internet;
- VPNs Client-Server para os acessos remotos;
- Servidores com fontes redundantes e sistema de discos em RAID, garantindo e mantendo aplicações como:
  - Arquivos Distribuídos
  - Autenticação de controles ACL
  - Serviços de Rede (DNS, DHCP, GPOs, etc)
  - Backups cloud
  - Intranet
  - Máquinas Virtuais
  - Monitoramento de serviços de rede
  - Sistemas Monitoramento de dados e hardware com alertas em tempo real;
  - Conectividade Wi-Fi corporativa e acesso visitante totalmente dedicado para evitar qualquer tipo de acesso à rede local;
- Sistemas de proteção e monitoramento de Trojans, Vírus, Worms, Fishing, etc, assegurados por uma das maiores empresas de Antivírus da atualidade;

100

- Sistemas de proteção de energia através de estabilizadores e nobreaks da APC com gerenciamento de energia ativo;
- Servidores de e-mail hospedados em nuvem, garantidos pelo Google através de datacenters espalhados pelo mundo;
- Salas de reuniões com projetores, sistemas de áudio e vídeo conferência;
- Parque com mais de 150 notebooks;
- Área de staff de mais de 1.000 m2.

Além disso, a RPMA ainda conta com serviços de backup em disco e online para garantir a total segurança dos seus dados, equipe de helpdesk dedicada e gestores de Tecnologia que mantém o ambiente sempre atualizado de forma segura, sustentável e escalável.

101

### Alguns prêmios conquistados pela RPMA

Prêmio	Ano	Categoria
Aberje	2004	Revista Externa - Giro das Estradas - CCR
Aberje	2004	Finalista - Publicação Externa - AutoBAN Notícias
Motorola	2004	Excelência em serviços de comunicação para a Motorola
Aberje	2006	Eventos especiais: Empresa familiar comemora um século de história - Droga Raia
Aberje	2009	Branding: uma marca nova, para um jeito novo de ser - Usiminas
Great Place to Work	2011	Melhores agências de comunicação para trabalhar
Aberje	2014	Comunicação e relacionamento com a imprensa (Netshoes) - Trabalho: Agora somos esporte - o marco de posicionamento da Netshoes com a imprensa (Etapa São Paulo)
Aberje	2014	Comunicação e organização de eventos TOTVS
Aberje	2014	Comunicação de marca - trabalho: processo de branding da TOTVS
Aberje	2014	Comunicação e relacionamento com a imprensa (Netshoes) - Trabalho: Agora somos esporte - o marco de posicionamento da Netshoes com a imprensa (Etapa Brasil)
Great place to Work	2014	3º lugar no prêmio melhores agências de comunicação para trabalhar
PR Scope	2015	Diploma - É uma agência proativa
PR Scope	2015	Diploma - Bom planejamento estratégico de comunicação
PR Scope	2015	Diploma - Confio nela e seu assessoramento
PR Scope	2015	Diploma - Ajuda a melhorar a reputação da minha empresa
PR Scope	2015	Diploma - Boa Metodologia de trabalho
PR Scope	2015	Diploma - Gera resultados para organização
PR Scope	2015	Diploma - Colabora com a minha marca na prevenção de crises

PR Scope	2015	Diploma - Tem ferramentas para a avaliar os resultados das ações
PR Scope	2015	Diploma - Entende o meu negócio
PR Scope	2015	Diploma - Entrega um bom serviço
PR Scope	2015	Diploma - Cumpre com os prazos
PR Scope	2015	Diploma - É uma agência atualizada / contemporânea
PR Scope	2015	Diploma - Eficazes na solução de problemas
PR Scope	2015	Diploma - Boa relação qualidade / preço
PR Scope	2015	Diploma - Boa comunicação interna
PR Scope	2015	Diploma - Boa equipe de profissionais
Negócios da Comunicação	2015	Agências de Confiança
Motorola	2015	Parceiros do ano
Agência + Digital Institute	2015	Empresa mais digital
The Sabre Awards	2015	Financial and Professional services
Mahogany	2015	Fornecedor que amamos
Marchon	2015	Reconhecimento
Mega Brasil	2016	Top 5 regional agência de comunicação
Google Partner	2016	Agência certificada
Love Mondays	2017	30 empresas mais amadas pelos colaboradores
Mega Brasil	2017	Top 5 regional agência de comunicação
Jatobá	2017	Evento corporativo (foco em PR) projeto #HelloTalks - Motorola
Mega Brasil	2017	Top 10 Nacional Agência de Comunicação
Premium	2017	Categoria Marketing

103

Suppliers FEMSA		
Mega Brasil	2018	Top 10 Nacional Agência de Comunicação
Mega Brasil	2018	Top 5 regional agência de comunicação
Jatobá	2018	Finalista na categoria digital / redes sociais - Do off para o on - a conversa da Coca-Cola Femsa Brasil com os pequenos varejos nas redes sociais
Jatobá	2018	Finalista na categoria Projeto Especial - Sinais, da curiosidade à repercussão - HughesNet
Jatobá	2018	Finalista na categoria Projeto Especial - Serviço de utilidade pública - Edenred
Jatobá	2018	Finalista na categoria Assessoria de imprensa / relações com a mídia - Serviço de utilidade pública - Edenred
Jatobá	2018	Finalista na categoria Assessoria de imprensa / relações com a mídia - Serviço de utilidade pública - Edenred
Jatobá	2018	Finalista na categoria comunicação integrada - Mineirão inclusivo
Jatobá	2018	Finalista na categoria evento corporativo - Inauguração complexo intensidade - Cacau Show
Jatobá	2018	Finalista na categoria mídia corporativa - #PessoasUnicaseSuasHistórias - Fibria
Jatobá	2018	Finalista na categoria Digital / redes sociais - #PessoasUnicaseSuasHistórias - Fibria
Jatobá	2018	Finalista na categoria Sustentabilidade - #PessoasUnicaseSuas Historias - Fibria
Aberje	2018	Mídia Digital - Projeto Pessoas Únicas e suas histórias - Fibria
Jatobá	2018	Finalista na categoria comunicação integrada - Mineirão inclusivo
Premium	2018	Sempre Campeões

104

Suppliers FEMSA		
Mega Brasil	2019	Top 5 regional agência de comunicação
Mega Brasil	2019	Top 10 Nacional Agência de Comunicação
Jatobá	2019	Finalista na categoria Comunicação integrada - Realizando Sonhos
Jatobá	2019	Finalista na categoria Evento - A Cacau é Show!
Jatobá	2019	Finalista na categoria Projeto Especial - Phone Life Balance
Jatobá	2019	Finalista na categoria PR Tecnologia - Phone Life Balance
Jatobá	2019	Finalista na categoria Assessoria de imprensa e relações com a mídia - Phone Life Balance
Jatobá	2019	Finalista na categoria Comunicação Interna - Coloque a mão na consciência
Jatobá	2019	Finalista na categoria Evento - #PorMaisSorrisos
Jatobá	2019	Vencedora na categoria Comunicação Integrada - Realizando Sonhos
Jatobá	2019	Vencedora na categoria Evento - A Cacau é Show!
PR Scope	2019	Agência número 1 em confiança
Jatobá	2020	Agência do Ano
Jatobá	2020	Case do Ano - #Todocuidadoconta RD
Jatobá	2020	Finalista na Categoria Redes Sociais - Coca-Cola Femsa
Jatobá	2020	Finalista na categoria Assessoria de imprensa e relações com a mídia - Rappi
Jatobá	2020	Finalista na categoria Comunicação Integrada - AngloGold Ashanti
Jatobá	2020	Finalista na categoria Comunicação Interna - General Electric
Jatobá	2020	Finalista na categoria Evento de Comunicação - Complexo Tatuapé
Jatobá	2020	Finalista na categoria Evento de Comunicação - Motorola
Jatobá	2020	Finalista na categoria Evento de Comunicação Cacau Show

105

Jatobá	2020	Finalista na categoria Gestão de Situações de Crise - Voluntariado Einstein
Jatobá	2020	Finalista na categoria Mídias Corporativas - Sony
Jatobá	2020	Finalista na categoria Mídias Corporativas - Fini
Mega Brasil	2020	Top 5 Brasil Região Sudeste
Comunique-se	2021	Finalista Top 10 de Melhores Agências
Jatobá	2021	Finalista na categoria Comunicação Interna - Coca-Cola FEMSA
Jatobá	2021	Finalista na categoria Eventos de Comunicação - Toyota
Jatobá	2021	Finalista na categoria Relacionamento com influenciadores - Polenghi
Jatobá	2021	Finalista na categoria Comunicação Integrada - Motorola
Jatobá	2021	Vencedora na categoria Gestão de situações de emergência - Edenred
Jatobá	2021	Vencedora na categoria Mídia Corporativa - Dafiti
Jatobá	2021	Agência do ano
PR Scope	2021	Melhor métrica do mercado
PR Scope	2021	Top 5 agências
PR Scope	2021	Agência do ano pelos concorrentes

São Paulo, 06 de janeiro de 2022



RPMA Comunicação Ltda.

CNPJ : 02.790.606-0001-01

Marcio Silva Cavaliere

CPF: 205.329.878-29



 106