

**Envelope nº 1 - Proposta Técnica**

Concorrência nº 02/2021

UNIDADE CONTRATANTE

**Pridea Comunicação Ltda**  
CNPJ: 08.353.988/0001-84





## PROPOSTA TÉCNICA



## EXERCÍCIO CRIATIVO

## O PROGRAMA DE REASSENTAMENTO

Handwritten notes in blue and red ink, including a signature and the number '02'.



### 3.2.1.1 Raciocínio Básico

Trabalhar pela retomada do desenvolvimento sustentável em um cenário marcado pela maior crise sanitária do século, gerando emprego e renda e melhoria da qualidade de vida para todos, é uma das principais missões da **Secretaria de Logística e Transportes do Estado de São Paulo**. Apesar do abalo da pandemia, o cenário é favorável com a vacinação e o crescimento da economia paulista. Editorial<sup>1</sup> de junho deste ano destacou que o PIB paulista cresceu, de acordo com a Fundação Seade, 1,7% no primeiro trimestre de 2021 na comparação com o quarto de 2020, e 5,9% sobre o primeiro trimestre do ano passado. “Para o ano, a nova projeção da Fundação Seade é de expansão de 4,7% a 7,6%, com média 6,0%, mais alta do que a projeção mais otimista para o PIB nacional”, compara a publicação.

O caminho para o crescimento já está sendo pavimentado pelo Governo do Estado de São Paulo por meio de uma série de anúncios relevantes. No início do ano, o governo divulgou<sup>2</sup> investimentos em obras para a mobilidade urbana - monotrilho da Linha 17-Ouro (R\$ 919 milhões), retomada da Linha 6-Laranja (R\$ 505 milhões), extensões da Linha 2-Verde (R\$ 321 milhões) e do monotrilho da Linha 15-Prata (R\$ 303 milhões) -, além da continuidade da Nova Tamoios-Contornos (R\$ 236 milhões) e da retomada do trecho norte do Rodoanel (R\$ 1 bilhão), uma das obras mais aguardadas no País devido a sua grande relevância para o sistema rodoviário nacional no transporte de cargas de alto valor agregado que passam por São Paulo.

Em maio, o governador João Doria e o secretário de Logística e Transportes, João Octaviano, anunciaram<sup>3</sup> ainda a contratação das duas primeiras fases do programa “Novas Estradas Vicinais”, que irá recuperar e modernizar 1.563 quilômetros de estradas de responsabilidade municipal em todo o Estado. Nas primeiras fases, serão investidos mais de R\$ 2 bilhões em obras licitadas pelo Departamento de Estradas e Rodagem (DER), da **Secretaria de Logística e Transportes (SLT)**. A expectativa é gerar cerca de 25 mil empregos, entre vagas diretas e indiretas, e trazer desenvolvimento para mais de 200 municípios em todas as regiões do estado.

E em junho, uma parceria<sup>4</sup> da **Secretaria de Logística e Transportes** com o Movimento Brasil Competitivo, com mais de cem empresários e profissionais do ramo logístico, deu novo fôlego ao Nova Matriz Logística do Estado, projeto que vai integrar as malhas rodoviária, ferroviária, hidroviária e aerodroviária para agilizar o transporte de cargas e aumentar a segurança da circulação de pessoas.

<sup>1</sup> Editorial de “O Estado de S.Paulo” [bit.ly/3xJi4mh](https://bit.ly/3xJi4mh)

<sup>2</sup> Release do Governo do Estado de SP [bit.ly/3d2MJ6j](https://bit.ly/3d2MJ6j)

<sup>3</sup> Release da Secretaria de Logística e Transportes [bit.ly/3vPcmOu](https://bit.ly/3vPcmOu)

<sup>4</sup> Release da Secretaria de Logística e Transportes [bit.ly/3vO2Lr9](https://bit.ly/3vO2Lr9)



As obras são essenciais para o escoamento da produção agrícola e movimentar as economias regionais, além de garantir, por exemplo, o deslocamento da população de cidades menores a grandes centros urbanos, que dão acesso a serviços importantes como saúde e educação.

A fim de levar adiante sua missão de impulsionar o crescimento econômico do estado, os pilares da SLT são agilidade, eficiência, transparência e, especialmente, o fator humano, já que alguns trechos das obras estão localizados em áreas urbanas, tornando inevitável o deslocamento involuntário de pessoas.

Essa preocupação levou a Pasta à criação do “**Programa de Reassentamento**”, que prevê, desde o início de cada obra, contar com uma equipe multidisciplinar responsável pela condução da desapropriação e pelo reassentamento, assegurando os direitos daqueles que serão impactados. O trabalho será realizado por profissionais como assistentes sociais, pesquisadores, engenheiros e arquitetos, em parceria com outros órgãos, secretarias e programas de capacitação e reinserção no mercado de trabalho, como Via Rápido Emprego e programa Pró-Egresso, dentre outras iniciativas. Os especialistas representantes da **Secretaria de Logística e Transportes** irão a campo identificar as famílias e verificar as condições em que elas vivem, levantar suas demandas específicas e levar novas oportunidades e condições de vida a essas pessoas.

Trata-se de uma concepção humanizada e alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)<sup>5</sup> - a exemplo do objetivo 11, que preconiza tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis -, e também em conformidade com as melhores práticas internacionais, a exemplo do que preconiza o Banco Mundial por meio de suas diretrizes na “Norma Ambiental e Social - NAS5<sup>6</sup>”. O documento dispõe do reassentamento involuntário e visa reduzir ao máximo os transtornos gerados às pessoas afetadas, garantindo qualidade de vida das famílias afetadas tanto no aspecto físico (recuperação de moradia) como em rendimentos financeiros, continuidade ou engajamento em atividades produtivas e retomada da rede de apoio social - além do olhar para a comunidade anfitriã, ou seja, o cuidado tanto na ponta dos que são desapropriados quanto na ponta da nova região que absorverá novos grupos.

Reforçar o papel da **Secretaria de Logística e Transportes** como aliada indispensável para atravessar as turbulências da economia, solidificando a imagem da entidade como órgão confiável e comprometido com o presente e o futuro, calcado no desenvolvimento sustentável e no fator humano, possibilita também o reconhecimento do trabalho e esforço dos profissionais que ali atuam.

Um programa tão importante merece ações de comunicação que partam de um planejamento estratégico e minucioso, que some esforços e garanta que sua mensagem seja corretamente assimilada tanto

<sup>5</sup> Objetivos de Desenvolvimento Sustentável [bit.ly/3zHmkV8](https://bit.ly/3zHmkV8)

<sup>6</sup> Norma sobre reassentamento do Banco Mundial [bit.ly/2SNGpbZ](https://bit.ly/2SNGpbZ)

por seus assistidos quanto pela imprensa e pela sociedade. De acordo com trabalho de *media audit* realizado pela **Pridea** para esta concorrência - que consistiu em entrevistas realizadas exclusivamente para este certame junto a jornalistas de mídia nacional -, pautas sobre desapropriação e reassentamento são de grande interesse para todos os consultados. É preciso, porém, focar nos desafios de comunicação detectados a partir das respostas, que vão desde problemas no fluxo e no acesso às informações pelos jornalistas até a natureza delicada do reassentamento em si, que, se não for bem-conduzido, com transparência e de forma franca e digna, pode levar a uma repercussão indesejada e a uma imagem negativa do órgão.

Um produtor da “Globonews” e um repórter da rádio “Jovem Pan” nos contaram que tiveram dificuldades em obter informações oficiais dos órgãos públicos em coberturas anteriores relacionadas a este tema, e uma repórter da “Folha de S. Paulo” acredita que “os fins não justificam os meios” e que, portanto, a divulgação precisa levar em conta “os desgastes gerados e o que vai mudar na vida das pessoas”.

Aliado aos esforços e políticas públicas empreendidas pelo governo estadual, a **Pridea Comunicação** acredita que, por meio de um trabalho consistente de comunicação, será possível estreitar ainda mais os laços já existentes com a mídia e os cidadãos; tornar mais perceptível, tanto pelo público quanto pela imprensa, a relação entre as políticas da secretaria, a economia do Estado e a melhoria na vida dos cidadãos, posicionando suas ações como motores para mobilidade e acessibilidade que levam ao desenvolvimento, encurtam distâncias e tornam o produto nacional mais competitivo.

A secretaria será retratada como condutora de um programa justo, transparente e eficiente de reassentamento por meio de um cronograma estratégico de divulgação, segundo o qual a Agência atuará proativamente. Para nós, comunicar de forma inclusiva é a base dos projetos com implicação social, e a divulgação deve ser planejada com o mesmo caráter multidisciplinar da própria ação governamental, considerando a comunicação parte intrínseca do **Programa de Reassentamento** em todas as suas etapas e levando em conta diversos públicos, de comunidades à imprensa e demais influenciadores, além de parcerias com secretarias e entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais.

A experiência da **Pridea**, há mais de um ano à frente da Assessoria de Imprensa da Artesp, entidade que entre outras atribuições regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos, nos permite estruturar um **Plano de Ação**, estabelecido em premissas e pilares descritos a seguir, em que a **Secretaria de Logística e Transportes** se firma como um agente essencial para a retomada econômica não só de São Paulo, mas também do País, ao mesmo tempo em que prioriza o fator humano, em todas as suas demandas e complexidades.

### 3.3.1.2 Plano de Ação

**a) Estratégia de relacionamento com a mídia**

As ações do governo estadual, por meio da **Secretaria de Logística e Transportes**, visam recuperar e promover o crescimento econômico sustentado no Estado em meio a um cenário pandêmico sem precedentes. Para tanto, devem contemplar desafios humanitários, particularmente em relação ao “**Programa de Reassentamento**”, que prevê o deslocamento involuntário de pessoas. Trabalhar a imagem da secretaria como entidade não só eficiente e moderna, mas também transparente e sensível às dificuldades da população, deverá ser tópico prioritário na estratégia de comunicação.

Esta percepção condiz com levantamento realizado pela **Pridea** de mídia qualitativa (*media audit*) junto a jornalistas de mídia impressa, eletrônica e televisiva. “O primeiro ponto é sempre cobrir o bem-estar das pessoas que estão sendo desalojadas. O segundo é saber o trâmite do processo, como se deu a reintegração de posse”, disse um produtor da “Globonews” quando questionado sobre os principais aspectos que ele julgaria importante cobrir em uma pauta sobre reassentamento.

“Eu acho que para termos uma boa pauta, a retirada [desapropriação] tem que ser pacífica; depois, saber sobre a situação da regularidade do imóvel, se a retirada é consensual, se realmente tem que ser realizada”, disse um repórter da “Jovem Pan”. “Se é para levar a uma maior projeção da cidade, eu acho que a retirada é válida sim, mas depende do caso”, ponderou, cuja opinião foi compartilhada por uma repórter do “Jornal da Record”: “acho que vale a pauta quando a desapropriação é pelo desenvolvimento”. Uma jornalista do “Estado de S. Paulo” prioriza transparência na divulgação: “se eu receber um release parecendo propaganda, não dou espaço”.

Apesar dos esforços empreendidos pela **Secretaria de Logística e Transportes** por meio de suas ações de comunicação, algumas delas pensadas para as redes sociais, ainda há pouco engajamento - até o fechamento deste texto, na conta da Pasta no Instagram<sup>7</sup>, por exemplo, havia apenas 1.851 seguidores, e poucos posts eram comentados - quando o eram, com frequência as mensagens tratam de problemas pontuais, como recapeamentos de trechos das estradas vicinais. Na conta da secretaria no Twitter<sup>8</sup>, apesar do número maior de seguidores - 22,4 mil -, a última postagem foi em julho de 2020, o que reforça a necessidade de uma comunicação mais próxima com os que usam essas redes.

<sup>7</sup> Perfil da Secretaria de Logística e Transportes no Instagram [bit.ly/35HykrR](https://www.instagram.com/bit.ly/35HykrR)

<sup>8</sup> Perfil da Secretaria de Logística e Transportes no Twitter [bit.ly/2UoBw9v](https://twitter.com/bit.ly/2UoBw9v)



Acreditamos haver uma intersecção dos processos de comunicação com a participação comunitária em programas de reassentamento: como o que aconteceu na cidade de Barranquilla, na Colômbia<sup>9</sup>. A meta daquele governo para o desenvolvimento demandava realocar a população que vivia nos locais de intervenção. A estratégia foi utilizar um plano de comunicação inclusivo, com diálogo aberto e permanente entre todos os envolvidos, o que preveniu situações desestabilizadoras que ocorreriam caso os aspectos socioeconômicos e culturais não tivessem sido considerados.

A partir da pesquisa que envolveu análises quantitativas e qualitativas e, considerando o impacto humano previsto pelas medidas de retomada econômica, a **Pridea** se baseará em cinco pilares para o desenvolvimento de seu **Plano de Ação** junto à comunidade, à imprensa e aos formadores de opinião:

- Trabalhar o “**Programa de Reassentamento**” tendo a **Secretaria de Logística e Transportes** como um agente de mudanças essencial para o desenvolvimento amparado no fator humano, com foco na transparência, idoneidade, eficiência e em ações multidisciplinares que garantam a dignidade;
- Reforçar a marca da secretaria como referência na retomada econômica e no desenvolvimento sustentável do Estado e do País, trabalhando as múltiplas possibilidades de divulgação de ações, como o Programa de Estradas Vicinais, investimentos em obras para mobilidade urbana, projetos de concessões, retomada de obras no trecho norte do Rodoanel, dentre outros;
- Desenvolver a percepção da **Secretaria de Logística e Transportes** como um órgão em diálogo com parceiros, públicos e privados, em todas as esferas federativas; e com a sociedade, a longo prazo;
- Ampliar a participação de especialistas da pasta como porta-vozes das políticas públicas, reforçando o caráter desenvolvimentista e humanista das ações do órgão e de forma adequada aos segmentos com os quais se pretenda comunicar;
- Divulgar cases de sucesso advindos das ações da **SLT**, como o desenvolvimento de regiões beneficiadas após a conclusão de uma obra da secretaria, por exemplo.

Para a execução deste **Plano de Comunicação**, a **Pridea**, que conta com profissionais experientes em atendimento a contas do setor público e, ao mesmo tempo, com um time profundamente antenado com as discussões dos novos tempos e as novas formas de produzir conteúdo, como especialistas em redes sociais, jornalistas de dados e infografistas, sugere explorar melhor o que já existe e criar novas frentes. Para isso,

<sup>9</sup> Case de reassentamento na Colômbia [bit.ly/3xLb8Fs](https://bit.ly/3xLb8Fs)

estabeleceu premissas e determinou ações que contemplam um cronograma com providências de curto, médio e longo prazos, detalhadas a seguir.

**- Programa de Reassentamento:** enfatizar a divulgação para a imprensa das ações das diversas áreas com ênfase no fator humano do programa, levando à maior compreensão da necessidade de desapropriações involuntárias em áreas de obras em trechos urbanos em prol do desenvolvimento sustentável e da vida. É fundamental demonstrar a preocupação desta secretaria em executar um plano prévio para execução das obras, divulgando com transparência e prontidão o passo-a-passo detalhado de todo o processo de reassentamento, levando em conta os efeitos a longo prazo da pandemia, as especificidades de cada caso e de cada público a receber as informações e antecipando-se às possíveis repercussões negativas.

**- Caminhos pela Vida:** ampliar o banco de personagens, de diversos perfis - empresários, líderes comunitários, passageiros, motoristas -, que tenham histórias marcantes de superação e melhoria dos negócios e da qualidade de vida dos cidadãos após obras da SLT. Desta forma, serão oferecidos para os veículos de imprensa, além dos conteúdos convencionais de divulgação, personagens que poderão compor e humanizar as notícias.

**- Vozes dos Experts:** mapear os principais especialistas e profissionais que atuam na **Secretaria de Logística e Transportes**, bem como suas últimas iniciativas e áreas de atuação. Assim, a **Pridea** criará um documento com os principais nomes do órgão para disponibilizar de maneira permanente à imprensa, construindo uma imagem moderna e com propósito e ampliando sua legitimidade junto aos cidadãos.

**- Desenhando:** abastecer e explorar ao máximo os dados gerados pelas ferramentas estatísticas de desenvolvimento por região e por atividade econômica, em parceria com órgãos como o Investe SP, por exemplo. O levantamento permitirá pautas criativas, com apelo visual e alto nível de segmentação. Poderão ainda ser personalizadas para veículos de cada região ou mídia especializada por segmento econômico, em formatos interativos de infográficos, por exemplo -, e ressaltará a importância das ações da **Secretaria de Logística e Transportes** na recuperação e reconstrução da economia do Estado.

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

**- Mapeamento de canais de comunicação a serem ativados:** a prática inclui os canais oficiais do governo e da própria SLT, e garante, tendo como base os objetivos detalhados anteriormente, uma comunicação mais assertiva junto aos público-alvos das ações. A construção de um estreito relacionamento com a mídia permitirá que as ações sejam melhor assimiladas pela sociedade e ampliará o diálogo com os



públicos do órgão. Em parceria com a equipe de redes sociais do governo, a **Pridea** dará subsídios aos profissionais da comunicação digital na produção de conteúdo para outras plataformas, garantindo uma conversa ativa com os usuários e funcionários da entidade.

- **Planejamento estratégico e definição das principais mensagens:** os conteúdos a serem trabalhados com esses públicos serão sugeridos pela **Pridea** e alinhados com a **SLT** e seus organismos, com órgãos parceiros - secretarias da Habitação, de Desenvolvimento Social, de Desenvolvimento Econômico, da Educação, de Segurança e Defesa Civil; Sebrae; Procon-SP; ARTESP e diversas prefeituras, dentre outros; garantindo assim a unidade dos discursos dos porta-vozes e materiais divulgados para a imprensa.

- **Gerenciamento e prevenção de crises:** é importante que a **Secretaria de Logística e Transportes** esteja preparada para lidar com problemas operacionais e de imagem cujos riscos serão detalhados adiante, disponibilizando respostas rápidas e informando a população sobre as providências tomadas pelo poder público. Para lidar com esses episódios e mitigar seus efeitos negativos, a **Pridea** criará um documento com pontos de fragilidades e eventuais crises que possam ocorrer a partir deles na imprensa ou nas redes sociais. O material será submetido à Secretaria Especial de Comunicação e atualizado mensalmente, ou mediante novos pontos sensíveis e fatos de mídia que envolvam o órgão e sua reputação.

#### **b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia**

Baseada nas premissas e metodologias descritas acima, a **Pridea** implantará ações com foco específico no relacionamento com veículos de imprensa e formadores de opinião para informar a população e mostrar caminhos humanistas de superação da crise econômica, tendo a **Secretaria de Logística e Transportes** como referência. O cronograma englobará, a curto prazo, ações tradicionais, como coletivas de imprensa, postagens e envio de releases, e a médio e longo prazos, novas abordagens sugeridas pela **Pridea** visando diferentes públicos, a seguir:

- **“Tour da casa nova”:** produção de conteúdo para realidade virtual voltado às comunidades desapropriadas pelas ações da **SLT** conhecerem em detalhes as instalações do reassentamento, dando mais transparência e visibilidade ao processo e prestando contas às famílias atingidas e à sociedade em geral, com grande possibilidade de repercussão positiva junto à mídia. Temos como inspiração o projeto da Fundação Renova<sup>10</sup> para a comunidade de Bento Rodrigues (MG), atingida pelo rompimento da barragem de Fundão em 2015. O *tour* virtual, disponível tanto em um site quanto em óculos de realidade virtual, tem links para

<sup>10</sup> Case de realidade virtual em MG [bit.ly/2TSHM9h](http://bit.ly/2TSHM9h)

visão 360° do terreno, topografia, projetos 3D e textos informativos com imagens atualizadas sobre os arredores, como postos de saúde, escolas, dentre outros. A ideia é que o andamento das obras seja acompanhado por vídeos de *time-lapse*, atualizados periodicamente, dando ao usuário uma ferramenta intuitiva e que o aproxime afetivamente da nova moradia.

- **“Torpedos Sem Erro”**: experiências de comunicação em casos de reassentamento em todo o mundo demonstram que é fundamental manter a comunidade e os públicos diretamente envolvidos no processo sempre informados, de forma a evitar rumores e mal-entendidos que só geram frustração e atrapalham o êxito das mudanças. Um programa de reassentamento no Haiti<sup>11</sup>, por exemplo, após um terremoto em 2010 desabrigar milhares de famílias, se amparou em um plano de comunicação simples e eficiente, que consistia no envio de SMSs com informações práticas sobre cada etapa do processo, em momentos planejados, aos líderes comunitários das regiões mais atingidas. Como resultado, os gestores da iniciativa notaram um bom nível de compreensão do programa, manejo adequado de expectativas, maior nível de confiança das pessoas no programa e, conseqüentemente, uma implementação mais rápida e tranquila que contou com a participação dos moradores.

- **“Vem pra Roda”**: formatação de conteúdo para debates sobre tópicos pertinentes ao **“Programa de Reassentamento”**, como definição das ações de reparação em conjunto com os moradores e conscientização da relação das ações da secretaria com a retomada econômica do Estado e a melhoria da qualidade de vida para todos. Podem acontecer online em um primeiro momento e presencialmente depois, voltadas para diferentes públicos-alvo e em diversos municípios. A ideia é convidar representantes de diferentes segmentos da sociedade, especialistas, acadêmicos, representantes do governo e os próprios moradores e líderes comunitários, para exercitar a discussão franca e democrática de ideias, situando a secretaria como um órgão transparente e acessível.

- **“Aprender é reviver”**: divulgação com foco nas iniciativas de capacitação das pessoas deslocadas, em conjunto com as equipes de programas do Sebrae, CDHU, Procon, Programa Pró-Egresso e do Via Rápida Emprego, por exemplo. Será produzido um material audiovisual no formato “pílulas”, como os vídeos curtos “stories” do Instagram, com histórias de superação de pessoas de diferentes faixas etárias, credos e raças, que transformaram suas vidas e as de suas famílias depois de aprenderem um novo ofício. A veiculação desse material será nas mídias sociais e no portal da secretaria, além de servir como importante insumo de divulgação para os veículos de imprensa.

<sup>11</sup> Case de comunicação em reassentamento no Haiti [bit.ly/3wOHf1P](http://bit.ly/3wOHf1P)

- **Think Tanks do Saber:** planejar encontros de ideias e qualificação, com destaque para empreendedorismo e empregos de nível médio e técnico, situando a secretaria e seus departamentos em uma tendência global de novos formatos de difusão do conhecimento e criando múltiplas possibilidades de repercussão na mídia;

- **“Landing Page do Programa de Reassentamento”:** produção, pela equipe da **Pridea**, de conteúdo para uma landing page, com fácil interface junto ao portal da **SLT** e às redes sociais, especificamente sobre o **“Programa de Reassentamento”**, contendo tópicos como a missão institucional do programa; cronograma de ações; melhorias econômicas, ambientais e sociais trazidas pelas obras; exemplos bem-sucedidos de programas de reassentamentos em outros estados e países; notícias, entrevistas com especialistas e gestores e espaço para esclarecimento de dúvidas dos cidadãos. Haverá ainda um formulário para captação de novos leads para envio futuro de materiais sobre o programa.

- **“Diário da mudança”:** criação de um *“blog”* escrito por líderes juvenis pertencentes à comunidade contando os detalhes da ida para um novo lar. Com acompanhamento e edição de um especialista designado pela secretaria e de profissionais da **Pridea**, a intenção desta iniciativa é humanizar e desmitificar o processo do reassentamento com o olhar do mais jovem, tratando de angústias e dúvidas, mas também das alegrias e novas descobertas.

- **Lives:** transmissões ao vivo, com periodicidade quinzenal ou mensal, com a participação dos principais porta-vozes, especialistas e personagens envolvidos no programa de reassentamento, como assistentes sociais, capacitadores, engenheiros e líderes comunitários, visando esclarecer e conscientizar sobre a importância das obras para a retomada econômica e as ações que visam garantir o bem-estar e novas oportunidades às famílias deslocadas.

- **De ouvidos atentos:** inserção da **Secretaria de Logística e Transportes** nas redes sociais de áudio como Clubhouse e a recém-lançada Greenroom, com forte caráter comunitário, que reúne ao vivo executivos, políticos e personalidades mundiais em salas agrupadas por temas específicos. Os encontros ocorrem de maneira informal, com cara de bate-papo, conferindo autenticidade e aproximando os debatedores dos ouvintes. A sugestão é que os porta-vozes da entidade participem periodicamente de conversas sobre reassentamento, desenvolvimento, retomada pós-pandemia, melhores práticas em logística e transporte, etc.

- **“Segue-o-fio”:** uso ativo do Twitter e de outras redes sociais pelo Secretário e demais gestores envolvidos com o **Programa de Reassentamento**, a serem determinados em situações pontuais, com suporte constante da equipe de comunicação. A ideia é se comunicar com os cidadãos, tanto das comunidades que serão realocadas quanto a população geral. Nossa inspiração é a comunicação direta ao estilo “segue-o-fio”



do Twitter, usada, por exemplo, no anúncio do prefeito Jim Strickland<sup>12</sup>, de Memphis (Tennessee, EUA), sobre a remoção, de grande repercussão, dos monumentos confederados daquela cidade. Apesar daquele ser um acontecimento de outra natureza, é um exemplo de uso eficiente das redes para criar proximidade e facilitar conversas de mão-dupla. A ideia da **Pridea Comunicação** é usar a rede social de forma mais próxima não só para gerir crises, mas para educar, inspirar e levar à ação.

- **“Comparômetro da Secretaria de Logística e Transportes”**: sugerimos comparar números macroeconômicos, ou ainda do comércio local em trechos com obras recém-entregues, do tipo "antes e depois", por meio de infográficos e outras técnicas de visualização criativa de dados para demonstrar de forma simples, rápida e dinâmica a eficácia das ações do órgão por meio de suas obras, impactando na percepção da marca como referência de eficiência e credibilidade. A produção de infográficos pode incluir também conteúdo explicativo, do tipo “passo-a-passo”, tirando o melhor dos recursos existentes de *storytelling*, de apelo midiático junto a um público jovem com novos hábitos de consumir informação

- **TED Talk**: formatação de apresentação completa do Secretário nos parâmetros do estilo mundialmente consagrado de palestras, para a edição brasileira do TED ou para uma internacional. Sugerimos por tema a reflexão de como a SLT lidou com o delicado de um reassentamento da forma mais digna possível, melhorando, quando tudo poderia dar errado, a qualidade de vida da população; impulsionando o desenvolvimento econômico do Estado e do País; e mudando, para melhor, as condições das pessoas que precisaram ser reassentadas. É uma estratégia com grande visibilidade, desde viralização da palestra nas redes sociais a chamadas na imprensa tradicional;

- **Regionalização e segmentação dos conteúdos**: para atuar de forma mais assertiva junto aos diversos públicos, a **Pridea** produzirá releases, notas e conteúdos regionalizados e divididos por setor econômico. Por meio do levantamento de informações com os gestores da entidade, a Agência utilizará dados e os interpretará para impactar melhor os veículos de imprensa regionais e da mídia especializada.

- **Núcleo de rádio**: será criado um núcleo na equipe de comunicação para falar com as rádios de todo o Estado e reforçar o caráter de prestação de serviço para a população. Serão oferecidas entrevistas com porta-vozes, além de notas e levantamentos exclusivos.

- **Pesquisa de percepção de mídia (Media Audit)**: a **Pridea** desenvolverá um questionário para avaliar, periodicamente, a percepção e o entendimento dos jornalistas sobre as políticas desenvolvidas pela **Secretaria de Logística e Transportes** e aferir suas opiniões sobre o atendimento da assessoria de imprensa do órgão. O objetivo é ouvir os principais repórteres e profissionais, dos mais importantes sites e veículos de

<sup>12</sup> Twitter do prefeito de Memphis [bit.ly/3zRtfuX](https://bit.ly/3zRtfuX)

imprensa, identificando melhorias no suporte à produção de conteúdo. O questionário será aplicado pela própria **Pridea** a partir de uma ferramenta utilizada rotineiramente em seus projetos.

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

- **Encontros de relacionamento com jornalistas:** acreditamos ser de suma importância promover conversas informais de gestores e técnicos com jornalistas - online, enquanto for necessário por conta da pandemia, e, posteriormente, de forma presencial nas redações ou em localidades de atuação da **SLT** -, para aproximação e esclarecimento de dúvidas institucionais e sobre políticas públicas, como o “**Programa de Reassentamento**”.

A **Secretaria de Logística e Transportes** tem profissionais e especialistas renomados e qualificados: dar voz a eles é valorizar o trabalho desenvolvido por todos na instituição e reforçar o valor desse capital conquistado pelo governo. A **Pridea** atuará junto à mídia propondo que estes porta-vozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação. Para tanto, sugerimos:

- **Media Training e capacitação de porta-vozes:** a **Pridea**, em conjunto com a **SLT**, identificará os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes. A prática prepara os gestores para se posicionarem melhor em entrevistas, tanto individuais quanto coletivas. A capacitação inclui etapas teóricas e práticas e disponibiliza materiais de apoio.

- **Produção de conteúdo para comunidades:** com o objetivo de informar os cidadãos sobre as mudanças pelas quais suas localidades passarão, e em conjunto com secretarias como as da Habitação, Desenvolvimento Social e Educação, haverá produções de palestras, cartilhas e demais materiais que sirvam de apoio para este letramento.

- **Agência de Notícias da Secretaria de Logística e Transportes:** abastecimento diário das novidades envolvendo o órgão. O conteúdo, produzido pela **Pridea**, poderá ser adaptado a diferentes plataformas e, principalmente, distribuído para os veículos de imprensa de todo estado, ampliando o alcance das ações e adaptando os conteúdos de acordo com perfil e formato das mídias impactadas.

- **Canal no Youtube:** divulgação dos vídeos produzidos para a **Secretaria de Logística e Transportes**, que serão utilizados em estratégias de comunicação multiplataforma.

- **Monitoramento e Avaliação:** todos os dias, a **Pridea** acompanhará a repercussão dos programas e da imagem da **Secretaria de Logística e Transportes** nos veículos de comunicação para avaliar como sua



marca está sendo retratada na imprensa e corrigir eventuais equívocos ou problemas. Além disso, esse monitoramento permite incluir a pasta em pautas que sejam condizentes com sua atuação, dentro do Programa de Reassentamento e outros. Serão produzidos ainda relatórios para subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação e os gestores da SLT e de seus órgãos.

- **Torpedo-Imprensa:** serviço criado pela **Pridea** para manter gestores e equipe de assessores de imprensa atualizados sobre a veiculação da imprensa. Assim que uma reportagem sobre ou envolvendo a **Secretaria de Logística e Transportes** for veiculada em TV, rádio ou site de notícias, uma mensagem será enviada por telefone celular para nossa equipe. Todos os assuntos relacionados ao órgão serão monitorados. Assim, caso aconteça algum problema, ou seja publicada informação equivocada, os gestores podem agir rapidamente e a equipe de assessoria de imprensa também.

#### **b) Materiais a serem produzidos**

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

- **Papers para alinhamento de discursos:** o material será compartilhado com a Secretaria Especial de Comunicação, com a superintendência da SLT e com diretores para que as informações repassadas envolvendo o órgão e suas ações estejam alinhadas;

- **Formatação de conteúdo opinativo:** artigos de opinião assinados pelo Secretário e diretores de órgãos; cartas para jornais e conteúdo para apresentações, lives e demais participações em plataformas que valorizem pontos de vista relacionados ao escopo e cotidiano da **Secretaria de Logística e Transportes**. A participação do órgão em eventos mais espontâneos e arrojados reforça a imagem de modernidade e é uma oportunidade para quebrar estereótipos e ideias pré-concebidas, além de gerar visualizações e compartilhamentos nas redes sociais.

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

- **Newsletter mensal para funcionários:** produção de conteúdo para a prática de envio do material, que amplia o sentimento de pertencimento e engajamento dos profissionais.

- **WhatsApp Imprensa:** envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem cidades, economia ou temas relacionados a economia, direitos humanos, responsabilidade socioambiental, entre outros.

- **Guia de Perguntas e Respostas:** o material será compartilhado com os principais porta-vozes da SLT e com a Secretaria Especial de Comunicação para alinhar discursos.

- **Manual de Crise:** o material reunirá informações e orientações para eventuais situações de crise na imprensa envolvendo a pasta. O conteúdo, importante em casos de emergência, será para os gestores do órgão e permitirá a implantação de processos rápidos para o gerenciamento de eventuais crises.

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

- **Banco de Personagens e Boas Práticas:** reunirá informações para divulgação de cases de boas práticas de empresas e cidadãos, ampliando a visibilidade da entidade.

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

- **Colaboração nos conteúdos para sites e redes sociais:** produção e curadoria de conteúdos para subsidiar as equipes responsáveis pelo setor de comunicação digital. Também indicamos criar um canal específico (*landing page*), conforme descrito acima, para o **Programa de Reassentamento**, com notícias e conteúdo factual, com fácil interface para o portal da secretaria e de seus órgãos, além das redes sociais. O conteúdo poderá ser produzido pela **Pridea**.

- **Planejamento quinzenal:** a Agência produzirá material com a estratégia desenvolvida para o período, bem como com as principais matérias publicadas, a serem enviadas à Secretaria Especial de Comunicação para subsidiar o Governo do Estado sobre as ações e resultados da equipe de imprensa.

- **Relatórios diários e mensais de análise de mídia:** medem como a imprensa tem tratado programas e políticas públicas da SLT. Diariamente, enviaremos um resumo do trabalho realizado no dia, com atendimentos, respostas e publicações que poderão ocorrer no dia seguinte.

- **Clipping de notícias:** enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas. Contará com análise do desempenho secretaria no dia e terá indicações e sugestões de posicionamento sobre matérias. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

### 3.2.1.3. Oportunidades de mídia positiva

1) **Com diálogo e postura democrática, a Secretaria de Logística e Transportes pode assumir protagonismo no tema**

Ações de comunicação criativas, inclusivas e empáticas, que dão voz aos diferentes personagens envolvidos em situações envolvendo o cliente - como a ação do óculos realidade virtual, as rodas de conversas; os diários, testemunhos e outras propostas anteriormente; além da ampla cobertura da atuação em campo pelos especialistas multidisciplinares; tornam evidente a preocupação desta secretaria em executar um plano prévio à execução de cada fase do "**Programa de Reassentamento**" que prioriza o fator humano. Está em conformidade com as melhores práticas internacionais que visam garantir direitos e reduzir possíveis transtornos gerados à vida das pessoas.

Nesse sentido, são inúmeras as oportunidades de pautas a serem trabalhadas junto à imprensa, mídia nacional, regionalizada e segmentada; aos influenciadores; e aos cidadãos por ações diretas. Outra oportunidade é a de inclusão das ações da Secretaria de Logística e Transportes em São Paulo em vitrines mundiais de cases bem-sucedidos, como uma coletânea realizada pelo Banco Mundial<sup>13</sup> que inclui boas experiências em países como Índia e Marrocos.

## **2) Geração de empregos a partir de obras importantes após uma crise sanitária e econômica sem precedentes**

As medidas eficientes e modernas da **Secretaria de Logística e Transportes**, como os anúncios recentes de investimentos em mobilidade urbana, trecho norte do Rodoanel, contorno da Tamoios na Baixada Santista, nova matriz logística e estradas vicinais, atendem um público amplo, que compreende desde os passageiros dos diversos meios de transporte aos condutores de veículos; dos empresários dos mais diversos portes e segmentos aos consumidores finais; das pequenas comunidades às populações das grandes cidades.

Considerando que o governo do Estado de São Paulo determinou que dois eixos prioritários dos investimentos públicos para 2021, de um total de três anunciados, são justamente frentes de ação sob responsabilidade da **Secretaria de Logística e Transportes** – o trecho norte do Rodoanel e a ampliação das novas linhas do metrô-, a oportunidade de emplacar pautas positivas envolvendo esta secretaria só tendem a crescer- a exemplo de reportagem publicada na Exame<sup>14</sup> no fim de 2020, que detalha o anúncio de forma positiva, com aceno ao mercado como um momento de crescimento e oportunidades.

Acreditamos também que, perante esta conjuntura ainda crítica, sob profundo impacto da pandemia, com aumento da fome e taxa de desemprego em 14,7%, atingindo 14,8 milhões de pessoas - maior índice

<sup>13</sup> Cases de reassentamento do Banco Mundial [bit.ly/2SNGpbz](https://bit.ly/2SNGpbz)

<sup>14</sup> Reportagem da revista "Exame" [bit.ly/3qkwF5d](https://bit.ly/3qkwF5d)

desde 2012, segundo levantamento do IBGE em matéria publicada no “UOL”<sup>15</sup>, é papel da imprensa, como prestadora de serviços em favor da cidadania e do cidadão, amplificar tais esforços e engajar toda a sociedade sobre a importância da retomada econômica. Ações relacionadas ao tema proposto por este edital, “**Programa de Reassentamento**”, que focam na capacitação e reingresso ao mercado de trabalho, vão ao encontro destes esforços.

Mas, para que isso aconteça, é necessário aprofundar o relacionamento com jornalistas e adotar uma postura mais proativa, fazendo chegar às redações, não só via releases, mas com encontros com porta-vozes e outras maneiras criativas de abordagem, as iniciativas que, cada vez mais, serão levadas adiante pela SLT.

### **3) Ao impulsionar histórias de superação e melhoria da qualidade de vida, a SLT solidifica sua atuação comprometida com o fator humano**

A divulgação de cases positivos do “Programa de Reassentamento” tem amplo potencial de repercussão positiva junto à mídia, tanto na tradicional quanto nas redes sociais. Como, por exemplo, os relatos de pessoas realocadas que participaram de iniciativas de capacitação pelo governo e conquistaram um ofício e mais oportunidades, transformando suas vidas; ou de famílias que, após o processo da mudança, foram para moradias melhores e criaram importantes redes de apoio em uma nova comunidade, dentre inúmeras possíveis histórias.

No contexto multidisciplinar do Plano de Ação proposto pela **Pridea**, as pautas serão desenvolvidas, com frequência, junto a outras secretarias e entidades, parceria que abre muitas frentes de trabalho, intensifica as formas de aproximação com os influenciadores e formadores de opinião e joga luz sobre os pilares construídos pela SLT para este programa.

#### **3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem**

##### **1) Imagem impopular atrelada ao deslocamento involuntário no Programa de Reassentamento, agravada pelo contexto da crise da pandemia**

<sup>15</sup> Matéria sobre desemprego do “UOL” [bit.ly/3xCLRgm](https://bit.ly/3xCLRgm)



Uma ação de desapropriação traz o risco inerente de despertar protestos, reportagens de denúncia e críticas pela opinião pública. Histórias de famílias que não têm seus direitos básicos plenamente atendidos, de demora por parte do poder público para restabelecer as vidas dessas pessoas e de outros erros ocorridos no processo de implementação deste tipo de programa eram, e ainda são, comuns, e fazem parte do imaginário sobre o tema do reassentamento, tanto dos cidadãos quanto da mídia.

Para além do dano à imagem, um processo com muitas falhas e gargalos de comunicação podem ocasionar problemas em diversos âmbitos, inclusive o econômico.

Segundo documento do Banco Mundial<sup>16</sup>, a experiência e a investigação indicam que o reassentamento involuntário físico e econômico, se não for mitigado, pode “originar riscos econômicos, sociais e ambientais graves”. De acordo com a entidade, os sistemas de produção podem ser desmantelados; os indivíduos, empobrecerem e serem reassentados para ambientes onde as suas competências são menos aplicáveis, com maior competição pelos recursos locais; as instituições comunitárias e as redes sociais podem ser enfraquecidas; e os grupos familiares podem ficar dispersos; além de impactos na identidade cultural e no potencial de apoio mútuo.

Em decorrência dos motivos descritos acima, o reassentamento involuntário deve “ser minimizado, sendo planejadas e implementadas medidas apropriadas de mitigação dos impactos negativos”.

Para isso, a estratégia de comunicação deve se amparar em uma postura proativa, cultivando o relacionamento dos porta-vozes com a imprensa e também com a comunidade, mantendo um diálogo aberto e com cessão de lugar de fala, principalmente nas diversas possibilidades trazidas pelas redes sociais com os cidadãos.

Atentar-se para o fator humano, antecipar-se aos possíveis problemas que ocorrerão durante o processo e amparar-se em uma estratégia de comunicação inclusiva, ágil e contínua, como detalhado anteriormente no **Plano de Ação** para esta concorrência, são providências previstas pela **Pridea** para minimizar os impactos negativos do **Programa de Reassentamento**.

## 2) Imagem de falta de transparência/idoneidade do órgão pode comprometer futuras ações

O trabalho de comunicação da Secretaria de Logística e Transportes tem por missão, ainda, descolar quaisquer resquícios da imagem da entidade como alvo de acusações no passado, a exemplo da denúncia de

<sup>16</sup> Documento do Banco Mundial – normal NA5 [bit.ly/2SNGpbZ](http://bit.ly/2SNGpbZ)



desvio de verbas para reassentamento pela Dersa em 2016 publicada pelo portal "G1"<sup>17</sup>, segundo a qual uma auditoria descobriu um desvio de R\$ 7,5. milhões por uma funcionária responsável por cadastrar famílias com direito a receber por desapropriações em obras viárias executadas pela estatal.

A **Pridea** enxerga a comunicação das ações desta secretaria e de seus órgãos também uma forma de prestar contas à sociedade, informando com acurácia e prontidão por meio de seus manuais, treinamentos e alinhamentos; monitorando a partir de ferramentas específicas já mencionadas; e cultivando o relacionamento e o diálogo, reforçando o caráter idôneo da sua administração.

### 3) Imagem da Secretaria de Logística e Transportes reduzida a "tapa-buracos"

Com base em observações, pela **Pridea**, das redes sociais da Secretaria de Logística e Transportes, há frequentes comentários nos posts<sup>18</sup> sobre reclamações quanto à manutenção de rodovias (muitas delas sequer de responsabilidade estadual, ou seja, sob responsabilidade de gestão municipal). São cidadãos pedindo consertos de semáforos, recapeamentos e outras reivindicações legítimas, mas que denotam um entendimento superficial ou mesmo errôneo da atuação do órgão e podem limitar a imagem da instituição a um só escopo, quando há potencial para muito mais. Essa imprecisão acaba por limitar o trabalho de consolidação da marca **Secretaria de Logística e Transportes** como um dos pilares da retomada econômica do Estado e referência em desenvolvimento sustentável.

A abordagem sugerida pela **Pridea** de incrementar o diálogo com os cidadãos nas redes sociais a partir de nosso suporte junto ao time online, com as ações sugeridas anteriormente - "Segue o Fio", de contato mais próximo com os usuários; discursos previamente alinhados com porta-vozes da Secretaria e de órgãos parceiros das diversas entidades envolvidas nos programas de logística e transportes, especialmente o "**Programa de Reassentamento**" -, supre essa necessidade de maior visibilidade quanto ao papel institucional, sempre em conformidade com a visão do órgão para que o leque de atuação da secretaria seja mais bem-assimilado e amplamente divulgado.

<sup>17</sup> Matéria do G1 [glo.bo/3d4erzi](http://glo.bo/3d4erzi)

<sup>18</sup> Perfil da Secretaria de Logística e Transportes no Instagram [bit.ly/35HykrR](https://bit.ly/35HykrR)



## Análise de Imagem

Handwritten notes in blue and red ink, including a red checkmark and a blue checkmark.

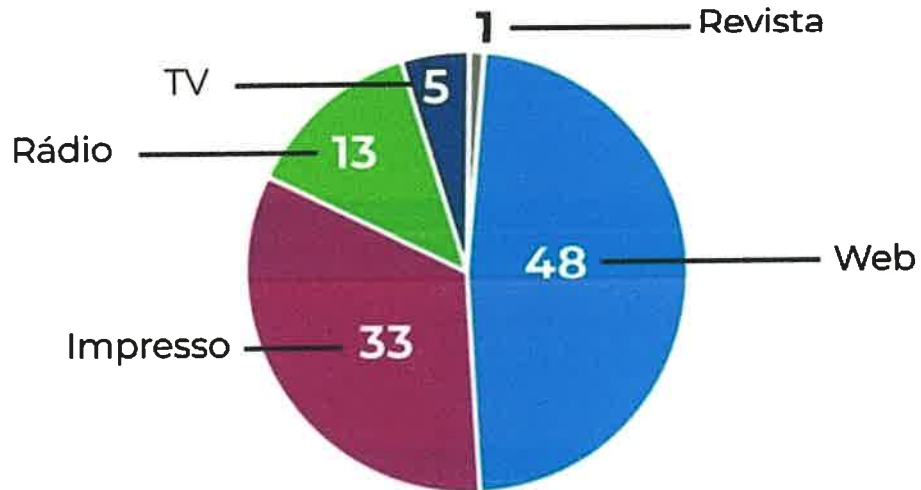
## **Análise Diária de Imagem**

A Pridea Comunicação realizou auditoria do conteúdo publicado em jornais, revistas, televisão, rádio e internet que se referem à imagem e marca da **Secretaria de Logística e Transporte** do Estado de São Paulo. A análise de imagem foi realizada durante o período de outubro de 2020 a fevereiro de 2021, como estipulado pelo edital, a partir de levantamento realizado pela agência Pridea Comunicação.

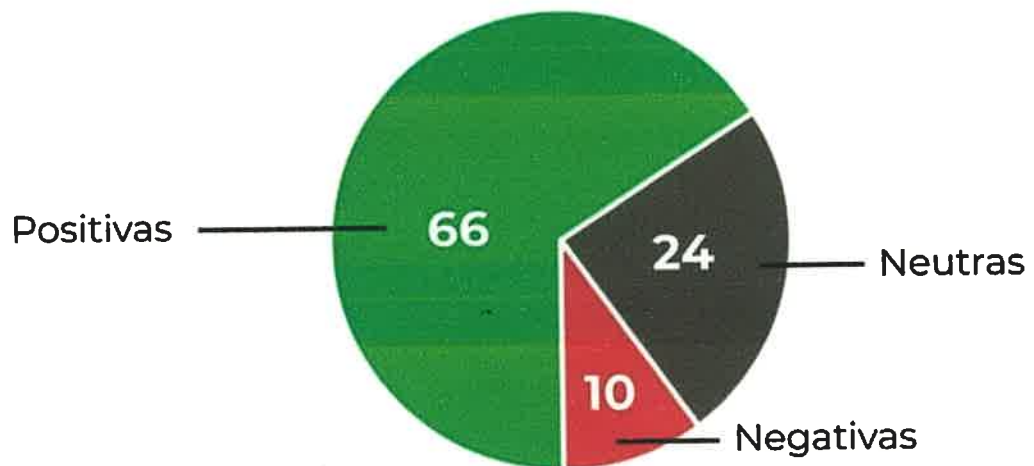
Foram selecionadas 100 reportagens veiculadas na mídia, de 50 veículos de imprensa, que envolveram ou citaram a **Secretaria de Logística e Transporte** e os departamentos sob sua responsabilidade.

No período proposto, foram detectadas reportagens de diferentes temas ligados à pasta e aos seus departamentos. Não houve ocorrência de matérias ligadas ao tema “Programa de Reassentamento” como proposto no edital. Portanto, o objetivo desta análise de imagem foi o de produzir um diagnóstico da visibilidade e reputação que a instituição tem na imprensa. No que diz respeito ao tipo de mídia, os conteúdos analisados abarcaram reportagens e matérias veiculadas em impresso, web, TV e rádios, sendo a web a mídia de maior quantidade de matérias, representando 48%. Em seguida aparecem as matérias de jornais impressos, atingindo 33%; rádios 13%; TVs, 5% e revistas, 1%.

Dentro do período analisado a partir do levantamento realizado pela Pridea Comunicação, constatou-se que a mídia televisiva e as emissoras de rádio somam apenas 18%. Este cenário pode ser um ponto a ser avaliado pela **Secretaria de Logística e Transporte**. São veículos de comunicação com grande abrangência, atingindo públicos de diferentes classes sociais.

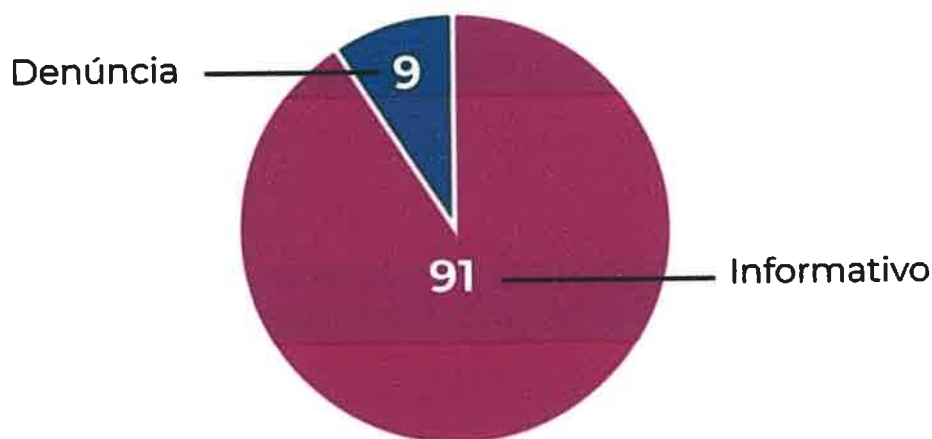


Para compreender a imagem das ações do Governo Estadual junto à imprensa, a Pridea dividiu as matérias analisadas entre positivas, negativas e neutras. O que se percebeu foi que, em sua maioria, as matérias relacionadas às ações da **Secretaria de Logística e Transporte** são de conotação positiva, representando 66 das 100 matérias analisadas. Em seguida, foram registradas 24 reportagens neutras e 10 negativas. No geral, há uma boa avaliação referente à imagem da **Secretaria de Logística e Transporte** em relação aos diversos temas observados neste relatório envolvendo a pasta estadual e os departamentos sob seu guarda-chuva.



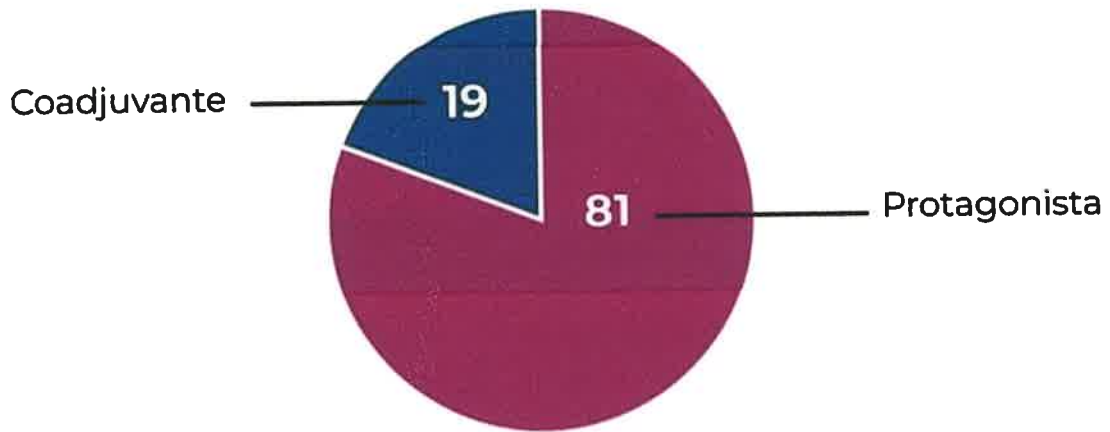
Outro ponto de avaliação elaborado pela Pridea se refere ao caráter da matéria, ou seja, o que motivou a imprensa a realizar a inserção de determinadas pautas em seus veículos. A divisão foi feita entre Informativo e Denúncia. O primeiro, marcando 91% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população. Outro ponto de avaliação elaborado pela Pridea se refere ao caráter da matéria, ou seja, o que motivou a

imprensa a realizar a inserção de determinadas pautas em seus veículos. A divisão foi feita entre Informativo e Denúncia. O primeiro, marcando 91% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população, como por exemplo, às diversas entrevistas concedidas pelo secretário João Octaviano Machado Neto como os não reajustes nas tarifadas das travessias litorâneas. Além dos investimentos em rodovias e hidrovias paulistas. Já o segundo, trata de questões denunciadas pela imprensa. Entre elas, o adiamento da concessão do aeroporto Leite Lopes.



A Pridea também buscou compreender a posição que a instituição ocupa nas notícias avaliadas. Foram estabelecidos dois cenários: Protagonista, quando a **Secretaria de Logística e Transporte** conduz a notícia publicada, sendo ator principal; e Coadjuvante, quando é apenas citada no contexto da notícia. A entidade esteve como protagonista, de maneira positiva ou neutra em 81 veículos de imprensa e em 19 como coadjuvante. Portanto, é recomendável um esforço na estratégia de comunicação para que a marca da **Secretaria de Logística e Transporte** aumente ainda mais sua participação como protagonistas nas matérias veiculadas pela imprensa.

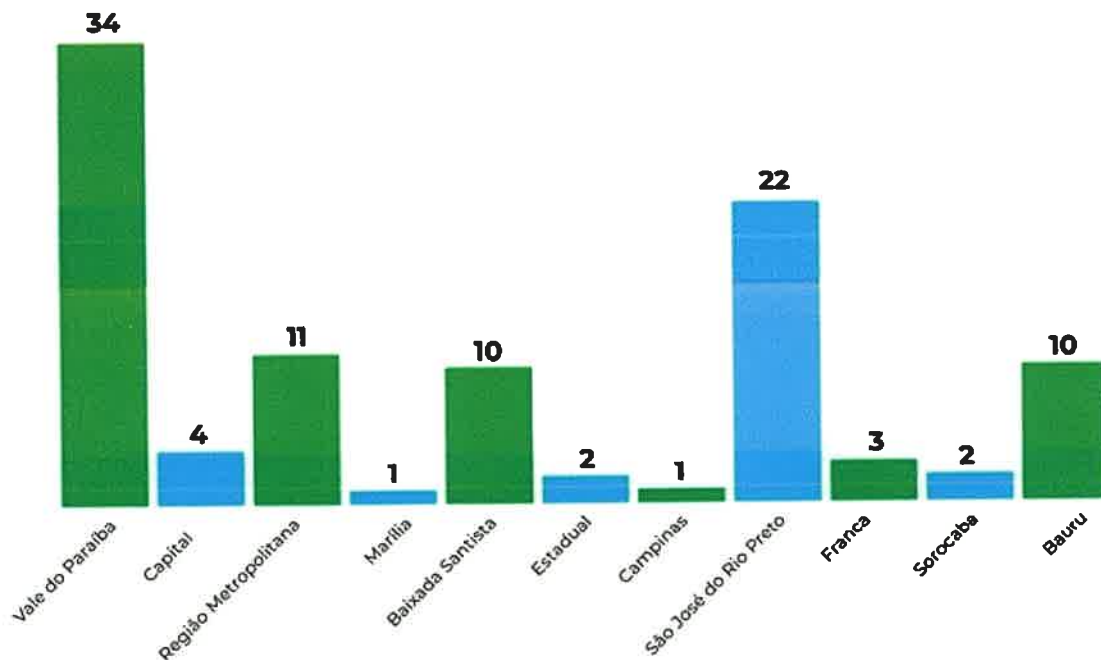




A Pridea Comunicação também buscou avaliar os veículos que a **Secretaria de Logística e Transporte** marca presença, seja de maneira positiva ou negativa, caráter informativo ou denunciado, seja como protagonista ou como coadjuvante. O que se pode notar foi a inserção de matérias em 50 diferentes veículos, destacando-se a rádio Jovem Pan do interior. Em seguida, o Diário de Suzano com 5 matérias e a TV Tem com 4 e 1 na TV Vanguarda. No monitoramento realizado, o Estado de S. Paulo registrou apenas 2 reportagens, apenas 1 na revista Veja e não houve matéria na Folha de S. Paulo tampouco na TV Globo nacional.

Também foi selecionada a abrangência das reportagens veiculadas. Das 100 matérias avaliadas, 73 têm alcance no interior do estado de São Paulo. Demonstrando, portanto, o protagonismo que a **SLT** no cenário estadual. Em seguida, o destaque é para as notícias veiculadas em mídias da capital, região metropolitana e estadual, totalizando 16 e na baixada santista 11 reportagens.

Quanto à abrangência envolvendo as regiões administrativas do Estado, 12 regiões trazem notícias sobre as ações da pasta.



Além disso, a Pridea também verificou diferentes oportunidades de comunicação para a secretaria, que serão apresentadas no decorrer deste documento. Como método de organização, as análises apresentam os seguintes dados: data, veículo, programa/editoria, título da matéria e região em que a matéria foi veiculada.

O documento incluiu itens como **Análise**, que descreve e indica o tom da reportagem; **Pontos positivos**, que destaca as qualidades da matéria; **Riscos à imagem**, que detectam o que pode soar negativo para o Governo Estadual; e **Sugestão de estratégia**, com ações estrategicamente pensadas para as equipes de comunicação tomar em cada uma das situações avaliadas.

**Data:** 01/10/2020

**Veículos:** Rádio Jovem Pan Sul Paulista 88,9 FM (Itapetininga)/ TV Tem (Itapetininga)/ O Diário de Mogi

**Programas/editorias:** Manhã da Pan/ TEM Notícias 2ª edição/ Geral

**Títulos da matérias:** Entrevista com secretário estadual de Logística e Transportes de São Paulo, João Octaviano Machado Neto/ Secretário de Logística e Transportes faz vistoria em obras da Rodovia Raposo Tavares/ Estado mantém plano de pedágio em Mogi

**Regiões:** Interior/ Interior/ Interior

**Veiculações:** Positiva/ Positiva/ Neutra

### **Análises**

Um tom amistoso, para não dizer, bem amigável, permeia quase uma hora de entrevista do secretário Octaviano Machado Neto para a Rádio Jovem Pan Sul Paulista. O âncora questiona pontos críticos de forma bem suave, faz brincadeiras no ar e dá liberdade para o secretário responder, sem ser combativo às suas respostas. Desta forma, é confortável o tom e posicionamentos do Secretário ao longo da conversa que traz vários pontos à tona sobre os investimentos na região, entre eles o corredor logístico, benefícios para o desenvolvimento econômico, além de assuntos mais sensíveis, mas bem respondidos, como trecho de Angatuba. A reportagem da TEM Notícias mostra a visita do secretário na obra com bastante espaço para sua entrevista, na qual esclarece pontos sensíveis como a inviabilização do trevo em Angatuba no formato original, em razão de um antigo lixão. A matéria do Diário de Mogi, apesar do título “Estado mantém Plano de Pedágio em Mogi”, traz pontos positivos da questão como a política sendo revista após pressão popular para adoção de tarifas mais baratas para quem trafega no local com frequência.

### **Pontos Positivos**

Na entrevista concedida para a Rádio Jovem Pan Sul Paulista, o secretário teve tempo e espaço para falar sobre temas positivos como os R\$ 5,300 bilhões investidos pela Secretaria, e para explicar pontos mais sensíveis como a SP - 139. A reportagem da TEM Notícias fala dos investimentos vultuosos, da entrega de um trecho em dezembro e abre espaço para o secretário explicar pontos sensíveis. A matéria do Diário mostrou que, apesar da questão ainda sem decisão do pedágio, o Estado está aberta a trazer soluções após considerar as queixas da população.

### **Riscos à imagem**

O entrevistador da Rádio Jovem Pan Sul Paulista rasga elogios a um político e isso não é algo tão comum de ser ver. Principalmente porque beirou o “puxa-saquismo” e isso pode dar uma conotação negativa, como se ambos tivessem algum tipo de acordo, comercial ou não. Na TV Tem, o discurso deve estar em linha com a atitude. A não entrega no prazo, prometida na reportagem, pode resultar em matérias negativas no futuro. O Diário de Mogi resgata o histórico e dedica quatro parágrafos para falar das promessas não cumpridas pelo governo neste projeto, que foi anunciado em 2005.

### **Sugestões de Estratégia**

Na Rádio Jovem Pan Sul Paulista é importante procurar reduzir o tom de camaradagem na próxima entrevista pois parece que estão batendo papo enquanto “tomam uma no bar”. Sugerimos que o secretário seja treinado de forma a passar simpatia, mas mantendo o tom profissional, afinal, este é um ponto primordial para uma boa reputação dos departamentos públicos. Na TEM Notícias é importante utilizar a reportagem para ser veiculada nas redes sociais da secretaria, com posts voltados para atingir os moradores do entorno para que os seguidores possam ver os investimentos pelo olhar da imprensa, o que traz mais validação. Na matéria do Diário, seria interessante monitorar o jornal acompanhando a cobertura do tema, assim como acompanhamento nas redes sociais sobre o que o leitor comentou sobre a obra e a questão do pedágio e, caso tenha muitos posts negativos, elaborar uma estratégia para divulgação da “mudança de filosofia”, colocada entre aspas na matéria, mas que pode ser melhor explicada nas redes sociais, como a cobrança de tarifas menores para usuários frequentes.



**Data:** 03/10/2020

**Veículos:** O Estado de S. Paulo

**Programas/editorias:** Blog do Fausto Macedo

**Títulos da matérias:** Rodovias Inteligentes de SP: conexão mais segurança viária

**Regiões:** Capital

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

O artigo assinado pelo secretário estadual de Logística e Transportes foi publicado no blog do Fausto Macedo, repórter de política do jornal O Estado de S. Paulo, veículo onde o blog está hospedado. O repórter cobriu a Operação Lava Jato e é bem conhecido do meio, não apenas político, mas também muito lido por advogados e juristas, um público qualificado e formador de opinião, o que eleva, assim, a qualificação deste tipo de divulgação. O texto apresenta as possibilidades que podem ser aplicadas em rodovias e enfatiza que o Governo do Estado enfrentará este desafio, mostrando o que já faz e o que pretende fazer, mesmo com as incertezas do futuro do setor automotivo, com os avanços de elétricos e híbridos.

### **Ponto Positivo**

Espaço qualificado, assinado pelo próprio secretário, mostrando o foco em inovação da Secretaria, tema tão combatido publicamente em relação à esta secretaria.

### **Risco à Imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Inovação é sempre o assunto do momento, ainda mais quando envolve algum serviço público que beneficiará a população. Importante desenhar uma estratégia de divulgação deste artigo em jornais do interior do Estado, mais fáceis de emplacar e que podem se interessar pelo tema. Para potencializar o assunto nas redes sociais, propomos a publicação de posts individuais sobre cada investimento mencionado no artigo com a chamada, quer saber mais sobre rodovias inteligentes? Clique aqui e leia o artigo do secretário publicado no jornal O Estado de S. Paulo Online. Por exemplo: *Você sabia que não precisa gastar a internet do seu celular na estrada xxx (nome)? basta se conectar ao wi-fi gratuito. Saiba mais.*

**Data:** 05/10/2020

**Veículos:** Rádio Cacique 1160 AM (Taubaté)/ Rádio Jovem Pan News 97,5 FM (Bauru)

**Programas/editorias:** Jornal da Cacique/ Jornal da Manhã

**Títulos da matérias:** Entrevista com a Secretária Executiva de Logística e Transportes do Estado, Priscila Ungaretti/ Entrevista com a Secretária Executiva de Logística e Transportes do Estado, Priscila Ungaretti

**Regiões:** Interior/ Interior

**Veiculações:** Positiva/ Positiva

### **Análise**

A secretária executiva da pasta, Priscila Ungaretti, “narra” seu texto durante toda a entrevista, veiculadas na Rádio Cacique (Taubaté) e na Rádio Jovem Pan (Bauru). A matéria soa 100% positiva, já que foram mais de seis minutos falando sobre os investimentos do Governo em obras.

### **Ponto Positivo**

Importantes espaços conquistados em ambas as rádios para trazer todas as mensagens-chave preparadas para a entrevista. Na da Rádio Cacique, a inserção de uma informação pessoal da secretaria, família da avó nascida na região, humanizou bastante o final do papo, quebrando o tom “decorado” demonstrado durante toda a entrevista.

### **Risco à Imagem**

A secretária trouxe todo o discurso, mas a falta de naturalidade pode fazer com que o ouvinte perceba que ela lê o texto que narra, o que não passa confiança muito menos credibilidade no seu trabalho. Na entrevista da Jovem Pan o tom melhora, mas ela ainda gagueja em informações e demonstra falta de familiaridade com o que fala.

### **Sugestão de Estratégia**

A leitura do texto deixa aparente a falta de desenvoltura e o conhecimento da secretária. Há duas decisões a tomar: não a selecionar como porta-voz, ou prepará-la com media training, ou escrever o Q&A de forma mais coloquial, como se fala mesmo, trazendo toda a oralidade necessária para cada palavra, reduzindo a percepção de leitura.

**Data:** 06/10/2020

**Veículos:** SOPESP (Santos)

**Programas/editorias:** Geral

**Títulos da matérias:** Rodovias inteligentes de SP: conexão com mais segurança viária

**Regiões:** Litoral

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

O website do Sindicato dos Operadores Portuários (SOPESP) publica na íntegra artigo veiculado no jornal O Estado de S. Paulo, no Blog de Fausto Macedo, e assinado pelo secretário estadual de Logística e Transportes. O texto informa, entre outras coisas, que o Governo de SP planeja a vinda de novas tecnologias ITS (Sistemas Inteligentes de Transporte, em português) nos futuros contratos de concessão e mostra o que já foi feito no passado neste sentido como a instalação de wi-fi gratuito em algumas rodovias, pesagem de caminhos em movimento e câmeras 24hs, que garantem assistência mais rápida, e como tudo isso faz com que as rodovias de São Paulo estejam entre as melhores do país.

### **Ponto Positivo**

Importante notícia dada para os operadores do porto já que as benfeitorias em rodovias beneficiam o escoamento das cargas.

### **Riscos à Imagem**

O artigo informa os investimentos em rodovias e isso pode gerar cobranças da SOPESP sobre quais serão os investimentos nos portos estaduais.

### **Sugestão de Estratégia**

Para que matérias como essa não gerem ruído junto ao seu público leitor, no caso os operadores portuários sindicalizados, é importante enviar releases sobre benfeitorias do Estado nos portos estaduais para este veículo, visando, assim, equilibrar possíveis queixas e futuras demandas. O artigo pode e deve ser divulgado, após a publicação com exclusividade no Estadão, para outros veículos da mídia segmentada de transporte, como Frota e Cia, por exemplo, além da imprensa regional.

**Data:** 07/10/2020

**Veículos:** Diário da Região (São José Do Rio Preto) / Primeira Página (São Carlos)

**Programas/editorias:** Artigos / Artigos

**Títulos da matérias:** Rodovias Inteligentes/ Rodovias Inteligentes de SP: conexão mais segurança viária

**Regiões:** Interior / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análises**

Importante espaço conquistado na editoria de opinião do maior jornal de São José do Rio Preto na editoria de opinião. Três colunas com foto do secretário, em texto assinado por ele, é considerado um espaço bem qualificado. O texto, além de mostrar as ações efetivas do Governo para desenvolver rodovias mais inteligentes, também se posiciona como um Estado que enxerga lá na frente, pensa, planeja e se mobiliza, mesmo com as incertezas do amanhã, no caso, os tipos de veículos que surgirão ou aumentarão em alguns anos (elétricos, híbridos, autônomos). O jornal Primeira Página, de São Carlos, também veicula o mesmo texto.

### **Pontos Positivos**

Espaços qualificados foram conquistados para falar sobre as iniciativas inteligentes em rodovias, não tão conhecidas da população e do pelo formador de opinião como wi-fi gratuito, monitoramento 100% em várias estradas, pesagem em movimento, e o sistema criado em parceria com a polícia rodoviária para registrar autos de infração e BOs.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados riscos à imagem.

### **Sugestões de Estratégia**

Inovação é sempre o assunto do momento, ainda mais quando ele envolve algum serviço público que beneficiará a população. O tema é bom, porém o texto poderia ser adaptado para uma versão mais voltada à mídia interiorana. O volume de formadores de opinião não é tão representativo, então um texto mais direto poderia surtir mais efeito. Ou seja, enxugar o nariz de cera e aproveitar o espaço para falar dos investimentos já feitos, dos que estão por vir, e o que a região já conta em suas rodovias neste sentido. Sugerimos que os artigos tenham uma



versão para capital e, depois, uma outra para a imprensa do interior, respeitando o perfil das mídias e dos leitores.

**Data:** 09/10/2020

**Veículos:** Rádio Jovem Pan 94,3 FM (São José Dos Campos) / Diário Carioca

**Programas/editorias:** Jornal da Manhã / Geral

**Títulos da matérias:** Entrevista com a secretária Executiva da Secretaria de Logística e Transportes, Priscila Ungaretti/ Governo pede que motoristas evitem pegar a estrada

**Regiões:** Interior/ Rio de Janeiro

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análises**

Nesta entrevista para a Rádio Jovem Pan São José Dos Campos, a secretária se mostra, nitidamente, mais descontraída e segura do que diz, quando comparada com as entrevistas analisadas anteriormente. Possivelmente, após uma sequência de entrevistas, já se sente mais confortável, até porque as perguntas seguem o mesmo roteiro, auxiliando-a a “costurar” as respostas enquanto explica os investimentos da Secretaria de maneira mais natural e fluída tais como a Hidrovia Tietê-Paraná, a rodovia Rio-Santos etc. A secretária também explicou com desenvoltura a importância das medidas de segurança durante a pandemia, lembrando que o Estado chegou a fazer distribuição de máscaras em alguns pedágios. Já o Diário Carioca, jornal digital criado em 2017 e sem expressão no cenário de imprensa nacional, publicou matéria da Agência Brasil, que traz um texto bem informativo sobre a manutenção da quarentena estabelecida pelo Governo do Estado também durante o feriado de Nossa Senhora Aparecida, reforçando a mensagem de viajar apenas se necessário. A matéria conta com depoimento da secretária executiva do órgão, Priscila Ungaretti, e o reforço do depoimento do diretor-geral da Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo (Artesp), Milton Persoli.

### **Ponto Positivo**

A Rádio Jovem Pan concedeu espaço para a secretária falar dos investimentos, inclusive no Vale do Paraíba, onde a entrevista foi concedida. Já o Diário fez um alerta sobre a importância da quarentena forma clara e direta, sem trazer questões negativas como a falta de controle de isolamento social no Estado.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados em ambas as matérias.

### **Sugestões de Estratégia**

A secretária se mostra mais madura como porta-voz na entrevista que concedeu à Jovem Pan, começando a demonstrar que tem conhecimento sobre o tema que aborda, amarrando com os interesses do Governo do Estado como um todo. Agora, parece assertiva a estratégia de elencá-la como porta-voz para o interior. Interessante continuar a estratégia de divulgação do tema nas mídias sociais do Governo, criando posts com a foto da secretaria e breves trechos de depoimentos dela que enalteçam as ações da Secretaria e levem, em pílulas, informações estratégicas para isso. Para obter destaque, criar a tag “A gente te leva” sempre que posts assim forem divulgados. O tema da matéria do Diário Carioca, manutenção da quarentena no feriado, é importante demais para ser conhecido apenas por matérias distribuídas pela Agência Brasil, por mais que ela atinja toda a imprensa nacional, porque é o controle da circulação de pessoas que determina o aumento ou não da pandemia. Assim, é importante criar uma estratégia prévia de conscientização da população sobre o tema, duas semanas antes, com reforço maior na semana que antecede o feriado, por meio de entrevistas em todos os canais com os onlines, as TV, emissoras de rádio e jornais, além de uma campanha específica nas mídias sociais com dicas práticas de como se entreter em um feriado prolongado sem viajar como, por exemplo, caminhar ao ar livre, ler um livro, assistir a filmes vencedores do Oscar, entre outras.

**Data:** 10/10/2020

**Veículos:** Folha da Região (Araçatuba)/ Diário de Penápolis Online

**Programas/editorias:** Geral / Cidade & Região

**Títulos da matérias:** Governo pede que motoristas evitem pegar a estrada/ Governo de São Paulo reforça orientação para que motoristas evitem viagens no feriado prolongado de 12 de outubro

**Regiões:** Interior/ Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

Mesma matéria da Agência Brasil publicada no Diário Carioca (acima) também é replicada nestes dois veículos. Na Folha da Região, ganha ainda mais espaço pois a matéria vem acompanhada de foto, com legenda que destaca a mensagem geral do texto: *Objetivo é evitar exposição ao risco de contaminação por Covid.* No Diário de Penápolis, a foto também traz legenda que reforça a iniciativa do Governo: *Governo de São Paulo tem reforçado a importância de se evitar viagens no feriadão durante a pandemia.*

### **Ponto Positivo**

Alerta feito de forma clara e direta sem trazer questões negativas como a falta de controle de isolamento social no Estado.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestões de Estratégias**

Conforme falamos antes, recomendamos que o assunto faça parte de uma grande campanha de divulgação para reforçar a quarentena e reduzir o número de viagens no feriado prolongado. Uma outra forma de garantir que o recado seja dado é agendar entrevistas do Secretário de Transportes nas rádios das principais cidades que dão acesso às estradas do Estado. Nas mídias sociais, sugerimos um vídeo que mostre o percurso de uma pessoa contaminada de casa até o local da viagem e todas as pessoas que ela transmite o vírus ao longo do trajeto, do tio mais velho que foi buscar em casa, passando pelo operador de pedágio, o vendedor ambulante na praia, a recepcionista do hotel etc. Um vídeo impactante que, mais do que alertar sobre os riscos, faça o cidadão refletir.



**Data:** 11/10/2020

**Veículos:** Cruzeiro do Sul (Sorocaba) / O Regional (Catanduva)

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Com a palavra, os agentes políticos que representam a cidade/  
Secretaria de Logística e Transporte pede que motoristas evitem pegar estrada no feriado

**Regiões:** Interior/ Interior

**Veiculações:** Negativa / Positiva

### **Análise**

A matéria do jornal O Cruzeiro do Sul é a última de uma série de reportagens sobre o potencial do Aeroporto de Sorocaba e porque o projeto não sai do papel. O texto, porém, passa a sensação que foi utilizado como bancada política dos deputados estaduais. Foram seis citados ao longo de todo o texto e o que cada um fez para tentar resolver a situação, por meio de pressão e agendamento de reuniões. O próprio título deixa claro: *Com a palavra os agentes locais que representam a cidade*. A matéria do jornal O Regional apresenta a recomendação e a orientação para que a população permaneça em quarentena e não viagem no feriado de 12 de outubro e traz depoimentos da secretária executiva e do diretor-geral da Artesp. A foto reforça o alerta com a legenda de que mensagens de conscientização serão transmitidas em painéis ao longo das rodovias. Texto 100% positivo pois mostra as iniciativas no combate à pandemia.

### **Ponto Positivo**

Não identificamos ponto positivo na matéria do jornal O Cruzeiro. Já na reportagem do jornal Regional tudo favorece a imagem da Secretaria por meio das orientações, da iniciativas, e dois depoimentos.

### **Riscos à imagem**

O “promete, mas não faz”, o “empurra-empurra”, a pressão dos representantes da cidade para os projetos avancarem. Tipo de matéria do jornal O Cruzeiro do Sul que mostra a lentidão e a falta de foco do Governo. Já na reportagem do O Regional não foram identificados riscos à imagem.

### **Sugestão de estratégia**

O Cruzeiro do Sul: tipo de assunto que recomendamos deixar se esvaír e, paralelamente, se aproximar do jornal oferecendo pautas exclusivas sobre outros investimentos e benfeitorias na

cidade, procurando criar, assim, uma agenda positiva na região como forma de minimizar o impacto negativo do imbróglio que não se resolve. No O Regional parece ser um release, portanto, sugerimos continuar a divulgação do texto na imprensa geral, assim como também uma campanha nas redes sociais, com algumas semanas de antecedência ao feriado.

**Data:** 13/10/2020

**Veículos:** ABC do ABC/ Guarulhos Online

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Volume nas rodovias neste 12 de outubro fica igual ao do último feriado/ Tráfego durante o feriado nas rodovias paulistas não aumentou neste feriado

**Regiões:** Região Metropolitana / Região Metropolitana

**Veiculações:** Negativa / Neutra

### **Análise**

Matéria bem factual do ABC do ABC sobre o tráfego registrado nas estradas paulistas durante o feriado de 12 de outubro. O ponto negativo é a grande circulação de pessoas durante a pandemia, mesmo com a recomendação do Governo do Estado em ficar em casa e não se expor à contaminação da Covid. O número de veículos foi 0,5% maior do que o apresentado no feriado da Independência. Isso pode demonstrar, mesmo que a diferença seja pequena, a falta de ação do Governo no controle da pandemia. Já o Guarulhos Online publicou a mesma notícia, mas com outro viés. Não considerou o percentual de 0,5% como aumento, ao contrário, disse que o tráfego não cresceu quando comparado ao feriado anterior, o que minimizou o impacto da matéria.

### **Ponto Positivo**

Não foi identificado no ABC do ABC. No Guarulhos Online o título (*Tráfego durante o feriado nas rodovias paulistas não aumentou neste feriado*), e a linha fina, (*Aproximadamente 3,9 milhões de veículos viajaram durante o feriado de Nossa Senhora Aparecida, números muito próximos comparado ao feriado da Independência*) apaziguaram o tom da matéria.

### **Riscos à imagem**

A pandemia ensinou que basta passar um feriado que há um aumento considerável de casos. O risco, em ambas as matérias, são as críticas que deverão surgir nas semanas seguintes à esta matéria sobre a atuação do Governo, por intermédio da pasta, no combate à pandemia.

### **Sugestão de estratégia**

A população é contraditória. Julga as ações do Governo no controle da pandemia, mas ao mesmo tempo desrespeita às orientações das autoridades e aglomera durante o feriado.

Situações deste tipo, no meio da pandemia, quando o Governo do Estado já sofre ataques de

todos os lados, só reforça a fragilidade da atuação do Governo nesta guerra contra o vírus. Matérias assim podem ser combatidas com outras de agenda positiva como uma possível distribuição de máscaras pelo governo, ou aplicação de testes rápidos durante o feriado, enfim, apurar o que foi feito durante o feriado que beneficiou a população durante a pandemia e divulgar para imprensa e nas mídias sociais.



**Data:** 19/10/2020

**Veículos:** Jornal da Comarca

**Programas/editorias:** Região

**Títulos da matérias:** Plano de Investimento nas ferrovias paulistas exclui média e Alta Sorocabana

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

O jornal, que fica na cidade de Palmital, repercutiu a matéria do G1, como diz ao final como “fonte”. O tom crítico começa já no início da matéria, pois o anúncio faz parte de um plano de ampliação da malha ferroviária paulista que não se via em 50 anos, porém o enfoque foi dado para a exclusão da Alta Sorocabana, sem que isso tenha sido contextualizado e porque isso é considerado representativo dentro de um plano importante como este de expansão. Tipo de reportagem que já parte do princípio que o Governo precisa ser contestado, mesmo com uma informação positiva como essa. Ao longo da reportagem, o texto se torna bem mais factual, apontando os detalhes do plano, com espaço para quatro depoimentos do Governador e um para a secretária Priscila Ungaretti, o que suaviza bem o início do texto e encerra como um anúncio positivo do Governo, tendo em vista o grande investimento.

### **Ponto Positivo**

Tirando o título e o lead todo o restante da extensa reportagem é positiva, pois mostra os investimentos do Governo e da Secretaria de Logística e Transportes.

### **Riscos à imagem**

O risco é o jornal fazer o assunto render, com outra reportagem dizendo os prejuízos da não inclusão da Alta Sorocabana.

### **Sugestão de estratégia**

Para que o jornal não continue com este tom confrontador e excludente nas próximas matérias sobre a malha ferroviária, que certamente virão a partir do momento que as obras se iniciarem, é importante que a assessoria de comunicação da Secretaria de Logística e Transporte desenhe um planejamento estratégico de comunicação para criação de uma agenda positiva na imprensa de toda a região. Por exemplo, o início das obras, os benefícios que a

recuperação do trecho trará para a população local e do entorno. O plano deve incluir inserções nas mídias sociais com posts que remetam ao resgate de um passado para um futuro promissor, principalmente em razão da maior facilidade de conexão com o Porto de Santos.

**Data:** 20/10/2020

**Veículos:** Jornal Tribuna – Ribeirão Preto

**Programas/editorias:** Geral

**Títulos da matérias:** Concessão do aeroporto fica para 2021

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Ampla matéria sobre o pacote de desestatização dos 22 aeródromos administrados pelo Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo (Daesp) que foi incluído no plano batizado de "Retomada 21/22". Estimado em R\$ 36 bilhões, pretende impulsionar a economia paulista e gerar cerca de dois milhões de empregos no pós-pandemia. Uma notícia e tanto que mostra o empenho do governo do Estado em recuperar a economia, debilitada pelos impactos do coronavírus.

### **Pontos Positivos**

O aspecto positivo da reportagem veiculada no Jornal Tribuna é justamente o espaço concedido para o tema. Além das importantes informações ao leitor sobre o valor destinado justamente para impulsionar a economia – tão abalada em tempos de pandemia.

### **Riscos à imagem**

A concessão do Leite Lopes para a iniciativa privada já estava prevista desde o início de 2019, mas a publicação do edital foi adiada várias vezes, mostrando a lentidão e falta de organização das autoridades.

### **Sugestão de estratégia**

A matéria pode ser ainda melhor aproveitada se sugerida uma entrevista da secretária executiva, um pingue-pongue para a edição de domingo. Nesta entrevista, a secretária poderia aproveitar para falar não apenas do aeroporto, mas também outros investimentos feitos ou a serem feitos.

**Data:** 22/10/2020

**Veículos:** Diário do Litoral Online (Santos) / Jornal de Penápolis

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Governo de São Paulo registra redução nos acidentes com mortes nas rodovias/ Governo de São Paulo deve mudar edital e aeroporto de Penápolis poderá custar R\$ 1

**Regiões:** Litoral / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

O Diário traz uma matéria extremamente positiva na qual mostra o menor número de óbitos nas estradas apresentado desde 2015, quando foi iniciada a série histórica do Programa Respeito à Vida, do Governo de São Paulo. A reportagem é longa e conta ao longo dela todos os esforços da Secretaria, entre outros órgãos estaduais como a Artesp e DER para melhorar a segurança nas estradas. Contém o depoimento da secretária executiva da Secretaria Estadual de Logística e Transportes, Priscila Ungaretti, e deixa claro que os investimentos são da gestão Dória, já que se iniciaram em 2019. Já no Jornal de Penápolis, apesar do título informar que o aeroporto da cidade deverá valer apenas R\$ 1,00 no processo de privatização, a reportagem em nenhum momento desabona a decisão do governo ou faz questionamentos sobre ela, ou traz depoimentos de autoridades locais criticando a resolução. O texto traz, inclusive o exemplo de que o modelo foi adotado pelo Porto de Santos com os terminais de celulose e informa, na linha fina, que o Governo está abrindo mão da arrecadação para garantir investimentos locais. A única questão é que o posicionamento do Governo ficou alocado no último parágrafo.

### **Ponto Positivo**

Em nenhum momento a matéria do Diário questiona qualquer ação da Secretaria e ainda traz detalhes importantes, como a existência de um profissional pronto para ajudar a cada 3,6 quilômetros de rodovia concedida. O segundo parágrafo do Jornal de Penápolis referencia matéria do O Globo de que a outorga mínima trará mais competitividade neste momento de crise do setor aéreo.

### **Risco à Imagem**

Não foram identificados riscos à imagem na matéria do Diário e do Jornal de Penápolis.



### **Sugestão de Estratégia**

A redução de mortes em estradas é um assunto de maior importância para a população e, obviamente, para a imagem da Secretaria de Logística e Transportes. Qualquer ação do órgão que salve vidas é determinante para demonstrar a efetividade desta gestão. Principalmente porque sempre é recorrente o aumento de número de acidentes nas estradas, principalmente durante feriados. Assim, sugerimos que o tema publicado no Diário possa ter continuidade por meio de um plano de ação que divulgue, em doses homeopáticas, todas as iniciativas citadas nesta matéria. Por exemplo, uma pauta que mostre a rotina destes profissionais que estão à disposição nas estradas a cada 3,6 quilômetros. Os casos de atendimento, podem, inclusive, virar cases de pautas de serviço na TV sobre os cuidados a serem tomados nas estradas pelos motoristas para evitar acidentes. Isso reduziria as chances, por exemplo, de questionamentos se o motivo da diminuição seria a pandemia e a redução de carros nas estradas. Já a matéria do Jornal de Penápolis pode ser melhor aproveitada se sugerida uma entrevista da secretária executiva, um pingue-pongue para a edição de domingo. Nesta entrevista, a secretária poderia aproveitar para falar não apenas do aeroporto, mas também outros investimentos feitos ou a serem feitos no entorno da região.

**Data:** 24/10/2020

**Veículos:** O Diário (Mogi das Cruzes)

**Programas/editoriais:** Geral

**Títulos da matérias:** Site do DER vai divulgar localização de radares

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Matéria enxuta e bem factual sobre o anúncio da publicação diária – pelo Departamento de Estradas de Rodagem (DER) – da localização e dos limites de velocidade de todos os radares instalados nas rodovias estaduais paulistas. É o tipo de notícia que todo motorista gosta de saber, na realidade, como a própria matéria diz, uma antiga reivindicação. Isso porque todo mundo que dirige já foi pego, ao menos uma vez, por um radar justamente por ele não ser sinalizado, o que muitos comentam ser uma espécie de “pegadinha” das autoridades para aumentar a arrecadação. Esse tema, inclusive, foi abordado na última campanha das eleições para governador do Estado de São Paulo.

### **Ponto Positivo**

A matéria é curta, mas traz a informação necessária para o leitor sem trazer questionamentos sobre queixas feitas no passado, ou número de processos feitos por motoristas para recorrer as multas em razão da fraca sinalização.

### **Risco à imagem**

A matéria diz que as informações estarão disponíveis no site do DER, mas não informa sobre a informação da localização dos radares nas próprias estradas.

### **Sugestão de estratégia**

Localizar radares em um website antes de pegar estrada não costuma ser um hábito recorrente, principalmente porque, ao se dirigir na rodovia, dificilmente o motorista se lembrará da localização de cada um dos radares indicados no website. Verificamos no site da DER que, só na Rodovia dos Imigrantes, por exemplo, são mais de 15 radares. Dificil ficar atento a cada um pela informação do site. Para evitar que a imprensa e a opinião pública diga que a publicação no site foi feita para “inglês ver”, ou seja, assim a secretaria de Transportes pode afirmar, diante de quaisquer queixas, que “está lá no site”, seria importante iniciar uma

campanha nas redes sociais, por meio da qual sejam feitas imagens de onde estão os principais radares nas estradas e como o motorista pode identificar pelo website e, assim, garantir que atendera as medidas locais, assegurando sua segurança e evitando multas. É o tipo de matéria de serviço que interessa a todos e merece ser mais compartilhada.

**Data:** 25/10/2020

**Veículos:** Jornal da Franca

**Programas/editorias:** Geral

**Títulos da matérias:** Estado registra redução nos acidentes com mortes nas rodovias paulistas

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Assim como a matéria do Diário do Litoral Online, o Jornal da Franca traz uma matéria extremamente positiva na qual mostra o menor número de óbitos nas estradas apresentado desde 2015, quando foi iniciada a série histórica do Programa Respeito à Vida, do Governo de São Paulo. A reportagem é longa e conta ao longo dela todos os esforços da Secretaria, entre outros órgãos estaduais como a Artesp e DER, para melhorar a segurança nas estradas. Conta com depoimento da secretária executiva da Secretaria Estadual de Logística e Transportes, Priscila Ungaretti, e deixa claro que os investimentos são da gestão Dória, já que se iniciaram em 2019.

### **Ponto Positivo**

Em nenhum momento a matéria questiona qualquer ação da Secretaria e ainda traz detalhes importantes como a existência de um profissional pronto para ajudar a cada 3,6 quilômetros de rodovia concedida.

### **Risco à Imagem**

Não foram identificados riscos à imagem.

### **Sugestão de Estratégia**

Como dissemos na análise do Diário do Litoral Online, que publicou a mesma matéria, a redução de mortes em estradas é um assunto de maior importância para a população e, obviamente, para a imagem da Secretaria de Logística e Transportes. Qualquer ação do órgão que salve vidas é determinante para demonstrar a efetividade desta gestão. Principalmente porque sempre é recorrente o aumento de número de acidentes nas estradas, principalmente durante feriados. Assim, sugerimos que o tema possa ter continuidade por meio de um plano de ação que divulgue, em doses homeopáticas, todas as iniciativas citadas nesta matéria. Por



exemplo, uma pauta que mostre a rotina destes profissionais que estão à disposição nas estradas a cada 3,6 quilômetros. Os casos de atendimento, podem, inclusive, virar cases de pautas de serviço de TV sobre os cuidados a serem tomados nas estradas pelos motoristas para evitar acidentes. Isso evitaria, por exemplo, questionamentos se o motivo da redução seria a pandemia e a redução de carros nas estradas.

**Data:** 26/10/2020

**Veículos:** ABC do ABC/ Agora Vale

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo a partir desta segunda-feira/ DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo a partir desta segunda-feira

**Regiões:** Região Metropolitana / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

Mesma matéria foi publicada no Jornal ABC do ABC e no Agora Vale. Bem factual, informa que a verificação de peso dos caminhões nas rodovias estaduais paulistas será retomada em caráter educativo, não havendo aplicação de multas durante uma semana. A iniciativa é do DER (Departamento de Estradas de Rodagem) e o texto informa que o órgão é vinculado à Secretaria Estadual de Logística e Transportes. Este é o tipo de notícia que todo caminhoneiro gosta de saber, afinal, receberá informação se a pesagem estiver elevada e não será multado na ocasião. Isso demonstra o empenho das autoridades na educação e não na cobrança de multas, foco esse que o imaginário popular sempre tem em mente: que as autoridades multam para aumentar a arrecadação. Outro ponto positivo é a orientação sobre a Covid-19, feita também nesta referida semana, durante a pesagem, deixando claro que o Governo não deixa passar em branco qualquer oportunidade de conscientizar a população para evitar o alastramento da pandemia.

### **Ponto positivo**

A matéria traz todas as informações necessárias sem trazer quaisquer questionamentos referentes à iniciativa.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de estratégia**

A iniciativa do DER é interessante porque enfatiza a preocupação maior em educar o caminhoneiro e não somente puni-lo caso não obedeça às regras de pesagem. Importante também que a matéria informa, mesmo que ao final, o porquê de se garantir uma pesagem de acordo com o modelo de veículo e do tipo de estrada e os riscos que imprudências deste tipo

podem trazer. Sugerimos que a pauta seja estendida a emissoras de rádio, produzindo notas enxutas, prontas para serem lidas por emissoras pequenas, do interior que têm programação musical interiorana, muito acompanhada por caminhoneiros, público-alvo desta notícia.

**Data:** 27/10/2020

**Veículos:** Jornal Ipanema / Gazeta de Votorantim / Tribuna do Norte (Pindamonhangaba)

**Programas/editoriais:** Geral / Geral / Geral

**Títulos da matérias:** DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo a partir desta segunda-feira/ DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo a partir desta segunda-feira/ DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo a partir desta segunda-feira

**Regiões:** Interior / Interior / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva / Positiva

### **Análise**

As matérias publicadas no Jornal Ipanema, Gazeta de Votorantim e Tribuna do Norte são exatamente iguais às do portalABC do ABC e no Agora Vale. Abordam a pesagem de caminhões em caráter educativo. Muito provavelmente, estas matérias são resultado de release divulgado pela assessoria de imprensa da Secretaria de Transportes e Logística, e publicados na íntegra. Assim, as reportagens são consideradas positivas.

### **Ponto positivo**

O release parece ter sido publicado na íntegra.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de estratégia**

Como dissemos na análise anterior, esta notícia, para ter um alcance maior junto aos caminhoneiros, público mais interessado na notícia, sugerimos que a pauta seja estendida a emissoras de rádio. Porém, do ponto de vista institucional, também pode ser interessante pautar o assunto no G1, veículo responsável pela viralização de notícias, ou seja, o G1 pauta outros veículos, e pode colaborar com a disseminação de iniciativas como essa, podendo, inclusive, mudar o foco para as ações educativas que a Secretaria de Logística e Transporte realiza junto aos caminhoneiros durante a pandemia.



**Data:** 28/10/2020

**Veículos:** TV Clube (Ribeirão Preto) /Jornal da Cidade (Bauru) / SB Notícias (Santa Bárbara d'Oeste)

**Programas/editorias:** Jornal da Clube / Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Concessão do aeroporto Leite Lopes é adiada para 2021/ DER retoma pesagem de caminhões em caráter educativo/ Operação Finados começa nesta 5ª feira nas rodovias paulistas

**Regiões:** Interior / Interior / Interior

**Veiculações:** Negativa / Positiva / Positiva

### **Análise**

Longa a reportagem de 4' e 50" da TV Clube, espaço suficiente para não apenas informar o adiamento da concessão do aeroporto Leite Lopes, como também trazer à tona a reflexão sobre os recorrentes atrasos e "falta de vontade política", como foi dito por um dos entrevistados, um professor da USP local. Além desta fonte, a reportagem também ouve de um "especialista em turismo" que a privatização vem sendo arrastada por anos. A matéria fala ainda dos benefícios que os investimentos no aeroporto trarão por meio de uma entrevista com um professor da USP local e encerra alertando sobre os prejuízos que o atraso na privatização vem trazendo para a região. A Secretária Executiva de Logística e Transportes do Estado, Priscila Ungaretti, é entrevistada, porém sua entrevista é veiculada antes das queixas das outras fontes, sem que fosse mostrado algum depoimento dela que explicasse os atrasos, entre outros pontos negativos apresentados pelas referidas fontes. Assim, consideramos a reportagem negativa, pois ressalta a morosidade do Governo e os impactos disso na região. Já o Jornal da Cidade publica na íntegra as mesmas matérias que analisamos anteriormente sobre a pesagem educativa de caminhões, ratificando a percepção de que se trata da divulgação de um release que foi aproveitado pela mídia regional na íntegra. No SB Notícias, matéria bem factual sobre a operação nas rodovias a ser implantada em razão do feriado de Finados. O texto é longo e traz todos os pontos que serão feitos pela Secretaria de Logística e Transportes para garantir maior segurança e conforto aos usuários que forem viajar neste feriado prolongado.

### **Pontos Positivos**

No Jornal da Clube, a secretária teve a chance de falar sobre os investimentos que serão feitos com a privatização e que o edital será publicado em breve. No Jornal da Cidade só há pontos positivos foi trata-se, provavelmente, da publicação de um release, já que em nenhuma das

matérias que publicam este texto na íntegra houve alguma sinalização sobre agência de notícias. Toda a matéria do SB Notícias é positiva pois mostra a mobilização da Secretaria para garantir a segurança de quem viaja no feriado, e conta ainda com depoimentos da secretária interina e do Diretor-Geral da ARTESP.

### **Riscos à imagem**

Toda a reportagem da TV Clube aponta para as falhas das autoridades estaduais em, de fato, abraçar este projeto e fazê-lo acontecer. Em nenhum momento a secretária teve a oportunidade de explicar os atrasos e de dizer que, justamente nesta gestão, o processo está andando já que o edital será publicado em breve. Não foram identificados riscos na matéria do Jornal da Cidade e do SB Notícias.

### **Sugestões de Estratégia**

A reportagem da TV Clube (transmissora da TV Bandeirantes local) falha ao não dar espaço para a secretária se posicionar melhor e abre bastante espaço para fontes não oficiais com um professor da USP e um “especialista em turismo”. Como sugestão, seria interessante pautar uma entrevista da secretária em outro telejornal local - como a EPTV Ribeirão - enfatizando que o edital será publicado em breve, graças ao empenho deste governo que lançou o programa de retomada de desenvolvimento econômico em razão da pandemia. Na matéria do Jornal da Cidade, sobre a pesagem educativa de caminhões, seguimos com as sugestões que já apontamos em matérias similares acima, tais como a divulgação da pauta para rádios por meio de notas prontas a serem enviadas às pequenas emissoras interioranas acompanhadas pelos caminhoneiros, além de pautar o assunto no G1, veículo que pauta outros veículos de mídia, e pode colaborar com a disseminação de iniciativas como essa. Para temas de serviço como este publicado no SB Notícias, sugerimos que, além da divulgação do release, a assessoria da Secretaria de Logística e Transportes divulgue notas prontas para serem veiculadas em emissoras de rádio, desenhem pautas de TV, tendo como foco não apenas o conforto e a segurança dos viajantes, como também as atitudes que evitem a proliferação da Covid-19.

**Data:** 29/10/2020

**Veículos:** Rádio Band Vale FM 102,9 (São José Dos Campos) / Veja / Tamoios News / O Vale do Ribeira

**Programas/editorias:** 1ª Hora Regional / Brasil / Cidades / Geral

**Títulos da matérias:** Entrevista com Drª Priscila Ungaretti, secretária executiva de Logística e Transportes do Estado/ Governo de SP dá mais um passo para desidratar a radioativa Dersa/ Travessias Litorâneas passam a ser administradas pelo Departamento Hidroviário de São Paulo/ Travessias Litorâneas passam a ser administradas pelo Departamento Hidroviário de São Paulo

**Regiões:** Interior / Nacional / Litoral / Interior

**Veiculações:** Positiva / Neutra / Positiva/ Positiva

### **Análises**

A Band Vale FM entrevista a secretária durante quase 8 minutos sobre o trânsito das rodovias no feriado de Finados e a expectativa do volume de viajantes tendo em visto a pandemia. Teve espaço para falar sobre os cuidados que o Governo está tomando em conjunto com outros órgãos estaduais envolvidos para implantar uma maior fiscalização, mais informações ao longo das rodovias sobre a pandemia e suas normas de distanciamento. Entrevista bem positiva que mostra a preocupação da Secretaria no controle da doença, porém, a secretária escorrega quando diz que não acredita numa segunda onda, mostrando a falta de preparo e sinergia com outras secretarias e o Governo do Estado. A Veja sempre publica matérias com um viés mais crítico e é isso que faz ao noticiar que Departamento Hidroviário assume as oito travessias litorâneas do Estado no lugar da Dersa, que chama de “uma das marcas radioativas das gestões tucanas em São Paulo”. Informa ainda que o movimento tem o objetivo de reduzir custos. Já as matérias dos jornais Tamoio News e do O Vale do Ribeira dão outro foco à notícia. Dizem que a mudança da administração das travessias litorâneas não afetará os usuários e que o serviço continuará o mesmo. Ambas as matérias são iguais o que leva a crer que se trata da publicação de um release divulgado pela Secretaria.

### **Pontos Positivos**

Na Veja certamente foi a informação de que o processo foi criado para redução de custos. Já as matérias idênticas da Tamoio News e do O Vale do Ribeira são 100% positivas, pois trazem todas as mensagens-chave em release aproveitado por ambos os veículos.

### **Riscos à imagem**

Durante a entrevista na Rádio Band Vale, a secretária escorrega quando é questionada sobre a chegada da segunda onda e como feriados prolongados e viagens podem colaborar para fomentar esta situação. A resposta de que “não acreditamos nisso” e isso “compete à área da Secretaria de Saúde” pode transparecer falta de preparo e de sinergia entre Secretarias. Na Veja não há necessariamente um risco à imagem, mas uma pulga atrás da orelha foi plantada no leitor com a afirmação de que a Dersa é uma das marcas radioativas das gestões tucanas em São Paulo, dando a entender que houve problemas consistentes no departamento e que eles vêm sendo adiado pela gestão tucana há tempos. Não foram identificados riscos à imagem no Tamoio News e no O Vale do Ribeira.

### **Sugestões de Estratégia**

É importante ocupar espaços nas rádios do interior para falar sobre as ações da Secretaria de Logística e Transporte na Rádio Band Vale, principalmente porque elas são muito menos questionadoras e reservam um belo espaço para a Secretaria discorrer seu discurso. A pergunta sobre a chegada da 2ª onda sendo beneficiada pelo feriado é uma questão básica e a secretária não estava preparada, assim, propomos um maior treinamento com ela, já que também demonstrou falta de experiência e traquejo em outras entrevistas analisadas acima. Feriado prolongado durante a pandemia sempre preocupada pois o número de casos geralmente aumenta depois, então o discurso cairia melhor e seria mais congruente com a situação se, antes de falar sobre as iniciativas para assegurar segurança nas estradas o discurso começasse com uma orientação para que as pessoas, se puderem, evitar viajar, estando em linha com o que o Governo do Estado preconiza. A Veja é o tipo de veículo que deve ser contatado para ajustar a matéria somente se tiver alguma informação comprovadamente errada. Sendo assim, sugerimos apenas monitorar o veículo e, posteriormente, divulgar notas em colunas da revista que mostrem a eficácia da nova gestão das travessias litorâneas. Com relação à matéria da Tamoio News e do O Vale do Ribeira sugerimos continuar a divulgação do release para outros veículos.



**Data:** 30/10/2020

**Veículos:** G1 Vale do Paraíba e Região / A Tribuna (Amparo) / Rádio Jovem Pan 95,1 FM (Santos) / Diário de Taubaté

**Programas/editorias:** Vale do Paraíba e região / Geral / Jornal da Manhã / Geral

**Títulos da matérias:** Feriado de Finados amplia movimento nas estradas da região/ DER retoma pesagem de caminhões/ Comentários sobre serviços de balsas sob comando da DERSA/ Travessias litorâneas passam a ser administrada pelo Departamento Hidroviário de São Paulo

**Regiões:** Interior / Interior / Litoral / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

### **Análise**

A matéria do G1 também replica bastante o release divulgado pelo departamento de comunicação da Secretaria, mudando apenas o começo do texto quando enfoca nas rodovias que deverão ter maior movimento e o período. Sentimos falta de mais menções à pandemia, só mencionadas no último parágrafo, quando é informado que serão usados megafones para reforçar a necessidade do distanciamento social em pontos específicos e que a PM dará apoio à fiscalização das equipes de vigilância sanitária. A Tribuna de Amparo replica a mesma matéria já analisada em outros jornais a respeito da pesagem educativa de caminhões, texto que parece que foi extraído de um release, portanto, totalmente positiva. A travessia Santos Guarujá pela balsa é muito utilizada pelos moradores da região o que faz com que qualquer mudança no serviço seja questionada. Nesta entrevista da Rádio Jovem Pan Santos, um ouvinte pergunta se o padrão de qualidade será mantida com a transferência da gestão pelo Departamento Hidroviário. O entrevistado André (seu cargo não é identificado pelo áudio), muito articulado, explica que a mudança se trata de um programa maior e que uma gestão conjunta já foi testada durante um feriado apresentando os melhores resultados em cinco anos. Já a matéria do Diário de Taubaté trata do mesmo tema, porém, replica o release divulgado pela Secretaria e publicado em outros veículos, conforme já avaliado neste exercício de análise.

### **Ponto Positivo**

Consideramos todas as matérias positivas pois a Secretaria conseguiu orientar a população sobre o esquema de segurança e a assistência nas estradas durante o feriado. Importante espaço ocupado na Rádio Jovem Pan Santos para explicar a transferência de serviços com um

entrevistado bem articulado e seguro no que diz. Diário de Taubaté replica todas as mensagens-chave divulgadas pelo Governo.

### **Risco à imagem**

A reportagem do G1 Vale do Paraíba menciona o nome da Secretaria errado (diz Secretaria Estadual de Transportes) e não enfatiza as atitudes de prevenção da pandemia durante viagens de feriados prolongados que causam aglomeração de pessoas e, portanto, maiores chances de contágio. Já na Rádio Jovem Pan Santos o entrevistado fala sobre o futuro do transporte entre Santos e Guarujá e a solução da “famosa solução seca”, tema que há mais de 30 anos é discutido na região, sem qualquer solução, podendo ascender uma brasa (mais uma) de discussão na imprensa local. Não foram identificados na matéria do Diário de Taubaté nem na Tribuna de Amparo.

### **Sugestão de Estratégia**

O G1 é um dos mais importantes veículos de mídia do país porque é do grupo O Globo, é online, tem grande alcance e pauta vários outros veículos de comunicação. Sugerimos que a comunicação da Secretaria pautar uma entrevista com a secretária executiva da pasta para falar especificamente do que está sendo feito para conscientizar a população sobre o risco de viajar na pandemia. Sugerimos também a sugestão de entrevista da secretária na TV Vanguarda, para ter a oportunidade de falar sobre os dois assuntos: proteção nas estradas e conscientização da pandemia.

A transferência da operação das travessias, publicada na matéria do Diário de Taubaté, é um tema que, entendemos, será recorrente até que a privatização seja feita. Importante, até para atrair investidores, iniciar um planejamento de divulgação que aborde a qualidade dos serviços, a arrecadação mensal ou anual com o transporte de carros oferecido pela população, enaltecendo este serviço tão importante nas regiões que precisam deles para se locomover por áreas metropolitanas, com a da Baixada Santista.

Já A Tribuna publicou, assim como outros veículos analisados anteriormente neste relatório, uma matéria bem factual que informa a verificação de peso dos caminhões nas rodovias estaduais paulistas em caráter educativo, não havendo aplicação de multas durante uma semana. Conforme sugerimos anteriormente, entendemos que o tema possa ser melhor explorado em veículos do trade e, por meio de notas curtas, nas pequenas rádios regionais, muito ouvidas justamente pelos caminhoneiros.

**Data:** 31/10/2020

**Veículos:** G1

**Programa/editoria:** São Paulo

**Títulos da matérias:** Rodovias de SP têm filas na saída para o feriado de Finados; confira as condições

**Região:** Capital

**Veiculação:** Positiva

### **Análise**

A matéria do G1 fala sobre o movimento intenso das rodovias durante o feriado, registrando como o maior volume de veículos nas vias da capital desde o início da quarentena contra o coronavírus. No quarto parágrafo, a matéria relembra que o Governo do Estado reforça a importância de evitar viagens desnecessárias e que a pandemia não acabou e que as autoridades de saúde temem uma “segunda onda” de aumento com a maior circulação de pessoas em feriados e festas de fim de ano. A reportagem é longa pois apresenta a expectativa de tráfego de oito estradas.

### **Ponto Positivo**

Espaço para conscientizar a população sob orientação do Governo.

### **Riscos à imagem**

O aumento de volume de pessoas viajando causa sempre um receio naqueles que ficam porque decidiram se preservar durante a pandemia.

### **Sugestão de Estratégia**

É impossível segurar a população em casa à força, ainda mais depois de tantos meses de pandemia. Os feriados trarão sempre uma maior circulação de pessoas, aglomeração, aumento de casos duas semanas depois, além das ocorrências de trânsito, como acidentes e mortes. É algo que não se pode controlar. Interessante seria que a Secretaria de Transportes, em conjunto com a Secretaria de Saúde, lançasse uma campanha a ser disseminada até um mês antes do feriado sobre como a proliferação do vírus piora durante a pandemia mostrando, por exemplo, o percurso de um viajante (fictício) e sua família desde a saída de casa até o restaurante de frutos do mar da praia e todas as pessoas que um dos integrantes da família, sem sintomas, contaminou ao longo do feriado. A campanha deve incluir matérias na imprensa geral, assim como vídeos e posts nas redes sociais de ambas Secretarias (Transporte e Saúde), além dos painéis

eletrônicos das estradas com textos mais impactantes como: *Se você estiver viajando contaminado sem saber pode disseminar o vírus durante o feriado.*

**Data:** 04/11/2020

**Veículos:** O Diário de Mogi Online

**Programas/editoriais:** Geral

**Títulos da matérias:** Após 40 anos de espera, DER conclui projeto de melhoria para a estrada da Volta Fria

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Negativa

### **Análises**

O título já dá o tom da matéria: “após 40 anos”; o que significa uma longa espera para os habitantes da região de Mogi que, de acordo com o jornal, aguardam todo esse tempo pela melhoria da estrada de Volta Fria. O entrevistado é o diretor-superintendente do DER, Paulo César Tagliavini, responsável pelas obras, que visitou o jornal, uma fonte um tanto frágil para um tema tão sensível que poderia ter sido repassado à Secretaria de Logística e Transportes. O texto diz que *“ele apontou uma série de empecilhos que impediram a realização da obra, prometida no início da administração do governador João Doria (PSDB), mas que continua apenas nos planos e promessas”*, tipo de declaração mal feita e mal colocada do jornal, que mais julga que informa. Sob o intertítulo “Promessas” o texto diz que as melhorias foram asseguradas pelo secretário de Logística e Transportes, no início da gestão durante visita feita à região e o entrevistado ratifica, prometendo que a obra já está autorizada e será uma das primeiras vicinais a serem executadas. Não foi informado um cronograma oficial e sim mais afirmações que, caso não ocorram, trarão mais matérias negativas no futuro.

### **Ponto Positivo**

O ponto positivo foi o anúncio da conclusão do projeto de melhoria.

### **Risco à imagem**

Fonte errada, promessas de entrega feitas sem um calendário oficial dá a sensação de falta de transparência para a sociedade

### **Sugestão de Estratégia**

A “tag” do alto da página diz “Vamos cobrar”, deixando bem clara a intenção do jornal. A obra já tem histórico de quatro décadas de atrasado e uma fonte que garante que a entrega está no primeiro lugar da fila, formando um terreno arenoso neste eterno cenário de promessas e



cobranças. A partir de agora, como uma forma de criar uma espécie de “colchão de proteção”, sugerimos que a assessoria da Secretaria desenhe um plano de comunicação que comece pela definição de fontes oficiais sobre o tema, e crie uma agenda positiva na região. Isso pode ser feito, por exemplo, com a divulgação fracionada quando o projeto começar a sair do papel. Por exemplo, a contratação de funcionários locais, os investimentos a serem feitos e o que isso trará de benefícios para a região.

**Data:** 06/11/2020

**Veículos:** Rádio Clube 580 AM (Americana)

**Programas/editorias:** Liberal no Ar

**Títulos da matérias:** DER inicia instalação de defensas metálicas na Rodovia Virgínia Viel Campo Dall'Orto, em Sumaré

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Neutra

### **Análise**

Pouco mais de um minuto foi destinado à nota sobre a instalação de barreiras de contenção na Rodovia Virgínia Viel Campo Dall'Orto, em Sumaré. Segundo a veiculação, foram instaladas após o deputado estadual Dirceu Dalbem enviar ofício à Secretaria de Logística e Transportes, à DER e ao vice-Governador, após a ocorrência de um grave acidente quando um motorista invadiu a pista contrária. Consideramos a nota neutra e informativa.

### **Ponto Positivo**

A rápida resolução do caso.

### **Risco à imagem**

A barreira só foi instalada após a ocorrência de um grave acidente e do pedido de um deputado da região e não de uma iniciativa da Secretaria.

### **Sugestão de Estratégia**

A instalação de uma barreira de contenção pode trazer uma redução de acidentes graves, já que reduz o risco de invasão de pista. Porém, isso não estava no projeto da rodovia estadual e um acidente precisou ocorrer (ou talvez outros já tenham ocorrido). Além disso, foi um deputado estadual que conseguiu a instalação rápida, de acordo com a nota, provavelmente plantada pela assessoria do deputado. Assim, entendemos que é o tipo de assunto que deve ser mantido low profile, pois não há ganhos para a Secretaria. O que pode ser feito no futuro é a divulgação de possível redução de acidentes ou de acidentes graves registrados, por exemplo, seis meses ou 1 ano após a instalação da defesa metálica, tendo a Secretaria como fonte oficial.

**Data:** 12/11/2020

**Veículos:** Jornal da Cidade - Bauru

**Programas/editorias:** Geral

**Títulos da matérias:** Ampliação da rodovia Tietê-Paraná em Ibitinga tem 2ªdetonação de rocha.

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Matéria totalmente positiva pois informa um importante investimento da Secretaria (R\$ 10 milhões) em uma obra que beneficiará de forma considerável a economia da região, pois facilitará o escoamento de barcos na hidrovia Tietê-Paraná. Traz o depoimento do superintendente do Departamento Hidroviário. Nele, porém, o superintendente chega a mencionar um “importante ganho ambiental”, o que não parece correto tendo em vista que estamos falando de dinamitar rochas. A matéria não comenta sobre o estudo para redução de danos ao meio ambiente, ou algo parecido, aliás, o único ponto de risco considerado, principalmente porque, tanto o título, quanto o lead e as três fotos informam a mesma coisa: detonação de dinamite nas rochas nas margens da hidrovia. O último parágrafo traz uma informação bem estratégica que é a continuidade dos serviços hidroviários na pandemia e o volume operado em 10 meses.

### **Ponto Positivo**

O andamento de uma obra importante para a região.

### **Risco à Imagem**

Ambientalistas questionarem os estudos para dinamitar as rochas das margens do rio o que gerar matérias com este foco negativo.

### **Sugestão de Estratégia**

Três fotos de explosões, com legenda de 900 quilos de dinamite, não é o tipo de imagem ideal para uma matéria sobre alargamento de hidrovia. Ideal seria um barco, carregado de soja, navegando pela região e mostrando, assim, a importância da hidrovia Tietê-Paraná materializada em uma só imagem. Sugerimos que as próximas divulgações do tema na região – sejam elas release, ou agendamento de entrevista – contenham um novo álbum de fotos,

mais focado na navegação de barcos na região. Um vídeo a ser divulgado nas redes sociais que mostre a dificuldade de manobra também favorece e apazigua os ânimos caso surja alguma Ong ou técnico especialista questionando os malefícios à natureza.

**Data:** 22/11/2020

**Veículos:** O Estado de S. Paulo

**Programas/editorias:** Blog do Fausto Macedo

**Títulos da matérias:** Fakes argumentos ou apenas falsas polêmicas?

**Regiões:** Capital

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Importante artigo assinado pelo Secretário de Logística e Transportes e publicado no blog do repórter político Fausto Macedo no jornal O Estado de S. Paulo sobre uma demanda, realmente muito antiga dos moradores da Baixada Santista: uma conexão seca entre Santos e Guarujá. O texto, porém, é usado como arma contra o Governo Federal. O Secretário salienta que as obras já poderiam ter começado se tivessem o aval da União. O texto apresenta ainda fortes argumentos contra possíveis “fake news” disseminadas sobre a ponte versus o túnel, o que, diante dos fatos apresentados, mas parece um esforço para que a ligação não saia do papel.

### **Ponto Positivo**

Importante espaço obtido para apresentar o ponto de vista do Governo Estadual a respeito da ligação seca entre Santos e Guarujá, combatendo possíveis fake news com espaço exclusivamente dedicado a abordar seu ponto de vista.

### **Risco à imagem**

A resposta do Governo Federal pode e virá, seja em forma de artigo ou matéria.

### **Sugestão de estratégia**

A ligação seca entre Santos e Guarujá é alvo esperado há muitas gerações para os moradores da região. O que menos o leitor, ou eleitor, quer ver é o jogo de empurra. Espera-se que algo concreto saia do papel e para a Secretaria demonstrar toda sua disposição para que a obra tenha início nesta gestão é preciso munir a imprensa de uma agenda positiva. Além de debates, como este mencionado no próprio artigo, realizado pelo maior grupo de comunicação da região, o A Tribuna, o tema pode ser levado para outras esferas como entrevistas do Secretário em rádios e programas de TV locais, principalmente do grupo mencionado acima, em razão da maior audiência. Entendemos que é importante também considerar redes sociais, lives, podcasts,



além, é claro, de divulgações da assessoria de comunicação nos jornais locais e também da capital.

**Data:** 25/11/2020

**Veículos:** Diário do Litoral / Tribuna Online (Santos)

**Programas/editorias:** Últimas Notícias / Santos

**Títulos da matérias:** Ponte Santos-Guarujá: SP aguarda sinal verde da União para iniciar obra / Governo de SP aguarda aval para obra da ponte Santos-Guarujá

**Regiões:** Litoral / Litoral

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

Ambas matérias discorrem sobre o mesmo tema e são bem claras desde o lead: a Secretaria de Logística e Transportes está pronta para iniciar a obra da ponte que ligará Santos e Guarujá e só não o faz por um entrave: o aval do Ministério da Infraestrutura. As reportagens contam com espaço suficiente para explicar todas as questões técnicas – como a redução do tempo de viagem das cargas e um segundo acesso ao Porto – e benefícios para a região – a exemplo da geração de 4 mil empregos diretos e baixo impacto ambiental. O secretário teve espaço para falar sobre o avanço do projeto e sua importância para a Baixada Santista em depoimento. Não há nenhuma outra fonte que contraponha as informações da reportagem.

### **Pontos Positivos**

Muitos benefícios foram abordados na longa reportagem enaltecendo os estudos realizados, os recursos obtidos e os ganhos para a região, nenhuma outra fonte foi ouvida, apenas o release aproveitado.

### **Risco à imagem**

Por ser uma obra aguardada há décadas será muito acompanhada e combatida caso erros e atrasos aconteçam.

### **Sugestão de estratégia**

Os próprios comentários de leitores da matéria do Diário mostram o descaso que a população dá para o tema, já tão recorrente há décadas sem nunca virar realidade. Um deles diz “*Será que um dia "veremos"???? A Ponte Rio- Niterói , foi inaugurada em 1969 (ainda, no Governo Militar)*”. Além da Secretaria e o Governo serem metralhados pela população, há ainda o embate com o Governo Federal que, por questões políticas, está “sentando” na aprovação. Um plano de comunicação é necessário para o antes, o durante e o depois da

entrega da ponte. No antes, entendemos que é preciso continuar com matérias como estas e como o artigo no blog do Fausto Macedo, que apontem os avanços neste Governo na tentativa de transformar o sonho local em realidade e apresentem o embate com o Federal. Notas em colunas como a Mônica Bergamo e matérias em veículos com o G1 também são bem-vindas, já que ambos pautam a imprensa. Além desta pressão pública, é importante deixar os benefícios mais claros para a população. Divulgações fracionadas funcionam melhor nestes casos, pois a população consegue absorver melhor e começar a esmorecer suas crítica como a de outro comentário de leitor que diz: *“Onde que essa ponte é boa sem ser para ECOVIAS?”*.

**Data:** 26/11/2020

**Veículos:** Rádio Mix 106,7 FM (Santos) / Rádio Jovem Pan 94,1 FM (Santos)/ Diário do Litoral (Santos)

**Programas/editorias:** Jornal da Mix / Jornal da Manhã / Cidades

**Títulos da matérias:** Entrevista ao vivo com Secretário Estadual de Logística e Transportes de SP, João Octaviano Machado Neto/ Entrevista ao vivo com Secretário Estadual de Logística e Transportes de SP, João Octaviano Machado Neto/ Travessias litorâneas não terão tarifas reajustadas

**Regiões:** Litoral / Litoral / Litoral/

**Veiculações:** Positiva/Positiva/Positiva

### **Análises**

Na Rádio Mix, o Secretário de Logística e Transportes, em entrevista, traz só boas notícias: usuários das travessias litorâneas não terão reajuste pelo segundo ano consecutivo, melhoria na operação das travessias, 11 embarcações reformadas, e maior agilidade com uma nova operação montada pela Dersa. A apresentadora diz, inclusive, que *“as mudanças são visíveis”*. Mas é a entrega do projeto da ligação seca Santos/ Guarujá ao Ministério da Infraestrutura que domina o bate-papo. Já a Rádio Jovem Pan local começa a entrevista com o Secretário indo direto ao ponto, aludindo que o tema é *“de cair da cadeira”*: a tão esperada ligação seca Santos/ Guarujá. O porta-voz direciona que o projeto está na União e que conseguiu fazer a lição de casa, ajustando-o às demandas do Federal. Os apresentadores falam abertamente das mudanças de humor do presidente Bolsonaro e como isso pode influenciar a aprovação. Um deles chega a dizer: *“Vamos direto na fonte, né? Bolsonaro, você vai autorizar essa ponte do Doria aí?”*. A reportagem do Diário do Litoral trouxe a notícia do não reajuste de tarifas nas travessias litorâneas e ressalta que desde 2019 o preço não muda. No segundo parágrafo, depoimento do secretário ratifica: *“Melhoramos o sistema, reduzimos significativamente o tempo de espera e trouxemos mais segurança aos usuários, mesmo sem reajustar as tarifas nesse período”*.

### **Pontos Positivos**

As três matérias trazem só pontos positivos. Na entrevistas na Rádio Mix e Rádio Jovem Pan, o Secretário teve tempo para falar e total apoio dos apresentadores que fizeram comentários como *“mudanças visíveis”*, quando se referia ao serviço de travessias e, na Jovem Pan, o chamamento para o presidente do país para aprovar o projeto. O Diário trouxe pontos ainda não explorados em outras matéria como o aplicativo Travessia.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados, a Secretaria obteve um espaço qualificado nas três publicações sem ser contestada em nenhum ponto e ainda ganhou apoio de jornalistas.

### **Sugestões de Estratégias**

A Secretaria adotou uma bela estratégia ao fazer pressão no Governo Federal para aprovação do projeto levando o Secretário – que é um bom porta-voz e se mostra além de conhecedor da causa, também ser bem articulado – a levar dois temas de forma recorrente à imprensa: a ligação seca e as travessias com mesmo valor, sem reajuste. Um momento bem positivo de exposição e na região onde mais precisa de apoio: a Baixada Santista. Sugerimos complementar com uma entrevista no programa Jornal Tribuna 1ª edição, da TV Globo local, programa de grande visibilidade e que possui espaço para entrevista ao vivo. O G1 local também é um importante veículo. Complementarmente, as matérias podem ser postadas nas mídias sociais, uma forma de ter as iniciativas validadas pela imprensa.



**Data:** 27/11/2020

**Veículos:** Porto Gente

**Programas/editorias:** Cais das Letras

**Títulos da matérias:** Secretário de Logística e Transportes de SP fala sobre o projeto da ponte

**Regiões:** Litoral

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

Matéria do trade bem focada nos seus interesses e dos leitores. Deixa claro o benefício da ponte logo no lead. Já informa nas primeiras linhas que a Secretaria de Logística e Transportes de SP esperou quase um ano por uma reunião com o Governo Federal. Foi o único veículo analisado até agora que deu esta informação. O texto também ratifica que o andamento do projeto depende apenas do aval do Ministério da Infraestrutura.

### **Ponto Positivo**

A extensa reportagem abre espaço para dados importantes e inéditos como as fotos dos três projetos da ponte e o que foi ajustado exatamente, deixando bem claro ao leitor todo o trabalho sério feito até aqui para que o projeto saia do papel.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Este pode ser um importante aliado do trade para esclarecer melhor a questão do debate sobre túnel e ponte. Eles fomentam o debate constantemente, como, por exemplo, a realização de um webinar. Um conhecer técnico, da imprensa do trade, que pode ajudar a elucidar detalhes práticos como a viabilidade econômica, jurídica e a relação porto e cidade, levando em conta questões como a mobilidade pública, a expansão imobiliária e os riscos ambientais que a obra implica. Um dos diretores do portal é o ex-vereador e portuário José Antônio Marques Almeida, o Jama. Sugerimos aproximação com este veículo de comunicação por meio de um encontro presencial ou reunião on-line para iniciar o bate-papo amistoso.

**Data:** 03/12/2020

**Veículos:** A Estância (Guarujá)

**Programas/editorias:** Geral

**Títulos da matérias:** Governo federal avalia novo projeto da ponte

**Regiões:** Litoral

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

A matéria é destaque da primeira página do jornal que já começa uma importante pressão na manchete: “União avalia novo projeto da ponte Santos-Guarujá”, afirmando que o Governo Federal já iniciou os trabalhos de avaliação, sendo que o documento foi apenas entregue. Uma arte feita quase que igual a uma foto mostra como ficará a ponte depois de pronta e sua localização. Foi o único veículo de imprensa que publicou esta imagem até agora, o que valoriza muito o projeto e faz com que o apoio do leitor seja imediato antes mesmo de ler o texto. A reportagem é a publicação de um release, pois o mesmo texto já foi visto em outras matérias nesta análise.

### **Ponto positivo**

Texto redondo do release e foto que valoriza o projeto.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Até aqui se percebe que a estratégia da assessoria de comunicação da Secretaria de Logística e Transportes tem sido bem-sucedida. O anúncio da entrega do projeto à União foi coberto por um bom pedaço da imprensa regional da Baixada Santista. Sentimos falta de matéria em TV. Uma boa maneira de ganhar apoio da população é pautar uma no TV Globo local, a TV Tribuna, que mostre, via simulação digital (fornecida pela Secretaria), como será uma viagem de carro ou caminhão por esta ponte, de onde ela sai, para onde ela leva, o que ela agrega principalmente em agilidade e o escoamento de cargas, até a entrega de commodities no interior de São Paulo, por exemplo. Desta forma é possível compreender a magnitude da obra e desentender o pouco caso da União.

**Data:** 08/12/2020

**Veículos:** Folha / Ribeirão Pires

**Programas/editorias:** Cidade

**Títulos da matérias:** Governo aprova obra de R\$ 2,8 milhões para modernização da Rod. Índio Tibiriçá

**Regiões:** Região Metropolitana

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

A matéria anuncia as obras de modernização da Rodovia Índio Tibiriçá, que incluirá a construção de um novo viaduto que fará ligação das regiões Alto Tietê e Grande ABC. Todo o texto lembra um release, tendo em vista o texto redondo que apresenta todos os benefícios e pontos positivos – como número de beneficiários, investimentos, melhoria no escoamento de cargas, e inclui depoimento do Secretário. A matéria foi chamada de capa do jornal.

### **Ponto Positivo**

Toda a matéria é positiva para a Secretaria pois mostra o investimento na região e o benefício à população e também aos 16 mil motoristas que circulam por lá diariamente

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados

### **Sugestões de Estratégia**

O tema é positivo e o jornal abriu seu melhor espaço – a capa – para ele. Tipo de assunto que pode conseguir o mesmo tipo de repercussão em outros veículos regionais que têm o trecho da estrada em seu domínio territorial. Sugerimos a divulgação do release para outros veículos.

**Data:** 12/12/2020

**Veículos:** Diário da Região

**Programas/editorias:** Cidade

**Títulos da matérias:** Obras na estrada

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Neutra

### **Análise**

Trata-se de uma pequena nota publicada em uma coluna do jornal Diário da Região que esclarece, primeiramente, que as obras nas rodovias estaduais não foram paralisadas em razão da pandemia. Informa quanto está sendo investido, empregos gerados e quilômetros em obras. Encerra informando que a Constroeste do Rio Preto está entre as empresas contratadas. A partir daí a nota muda seu foco para falar desta referida empresa e sua responsabilidade em outra três obras estaduais, o que leva a crer que a nota foi plantada pela assessoria da Constroeste. A informação inicial foi usado apenas como gancho da notícia.

### **Ponto Positivo**

Ter entrado de carona na divulgação de uma nota de empresa contratante.

### **Risco à imagem**

Não foi identificado, pois a nota traz apenas um registro

### **Sugestão de Estratégia**

Apesar de entrar de carona na divulgação da Constroeste, a informação divulgada inicialmente é importante pois traz dados como R\$ 193 milhões de investimentos em estradas mesmo em tempos de pandemia e a geração de 868 empregos, ponto também de destaque em razão do aumento do nível de desemprego nesta crise sanitária. Sugerimos que a assessoria de comunicação divulgue nota exclusiva para a coluna da Monica Bergamo na Folha de S. Paulo falando dos investimentos nas estradas e benefícios. Sua coluna pauta vários outros veículos de comunicação que deverão entrar em contato para explorar o tema.

**Data:** 13/12/2020

**Veículos:** Diário de Suzano / JE Online (Mairinque)

**Programas/editorias:** Cidade / Notícias

**Títulos da matérias:** Estado confirma três vicinais no programa de pavimentação/ Estrada Mário Covas será reformada em Mairinque no início de 2021

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva / Neutra

### **Análises**

Só informação positiva é veiculada nesta matéria publicada no Diário de Suzano sobre as melhorias nas estradas do Furuyama, do Caulim e dos Fernandes, dentro do Programa Novas Vicinais. Em uma matéria de apenas seis parágrafos, o governador em exercício, Rodrigo Garcia, conta com dois longos depoimentos, nos quais fala sobre ser o maior programa de infraestrutura nos últimos anos e sobre como este projetos darão mais segurança e melhorarão a condição de competitividade do Estado.

A matéria do JE Online foi, provavelmente plantada pela assessoria do Prefeito, pois anuncia que a reforma na Estrada Mario Covas foi compartilhada pelo Prefeito Eleito de Mairinque, Toninho Gemente, após reunião na Secretaria de Transportes . Aproveitou o espaço para palanque, ao agradecer parlamentares que ajudaram a viabilizar a audiência. A reportagem, porém, checa com o DER que confirma a informação, dizendo que estudos já foram iniciados, e ainda fez levantamento de matéria do G1 que mostrava 12 pontos críticos na rodovia. O JE Online menciona que chegou a fazer diversas matérias da situação da estrada e que na ocasião houve uma disputa judicial movida pela Prefeitura de Mairinque contra o (DER).

### **Ponto Positivo**

Toda a matéria do Diário de Suzano é positiva, pois não há qualquer ponto de contestação ao longo do texto. No JE, o ponto positivo é o anúncio da reforma da estrada confirmada pela Secretaria de Logística e Transportes. S

### **Risco à Imagem**

Não foram identificados riscos na reportagem do Diário. A reportagem do JE apresenta todo o histórico da reforma desta estrada, que levou até a ação judicial. 7



### **Sugestão de Estratégia**

O assunto publicado no Diário pode ser levado à outros veículos de comunicação de Suzano como, por exemplo, notas secas na Rádio SAT FM. Outra matéria no jornal local também pode ser pautada quando do início e entrega das obras, com entrevistas com personagens sobre os benefícios que as melhorias trouxeram. Já a reforma da estrada Mário Covas, por ter histórico de processo judicial, é o tipo de notícia que se provocada vai sempre desengavetar o histórico negativo. Porém, mesmo assim, é possível ter ganhos de imagem se a divulgação for feita em outros veículos da região como o STB local, e coordenada pela assessoria de comunicação da Secretaria de Logística e Transportes, tendo como foco os benefícios para a região e a resolução do imbróglgio pela gestão atual.

**Data:** 22/12/2020

**Veículos:** TV Vanguarda (S. José dos Campos) / Bragança Jornal (Bragança Paulista)

**Programas /editorias:** Link Vanguarda / Notícias

**Títulos da matérias:** Travessia da balsa segue com medidas especiais: número de viagens entre São Sebastião e Ilhabela deve aumentar no fim do ano/ Estado investe em melhorias na rodovia Capitão Barduíno/ Entrevista gravada com João Octaviano Neto, secretário de transportes do Estado de SP

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

O secretário João Otaviano Machado Neto aproveita logo o começo da entrevista ao vivo na TV Vanguarda - sobre a Operação Verão na travessia da balsa São Sebastião / Ilha Bela -, para falar que a recomendação é ficar em casa mas, que mesmo assim, a Secretaria está se preparando para atender o volume registrado nos últimos anos. O porta-voz explica que foi feita redução da capacidade na balsa para evitar aglomeração e que as pessoas não poderão sair dos seus carros. A apresentadora perguntou sobre a privatização das oito travessias, que foi adiada em razão da pandemia. O secretário aproveitou também para falar sobre a manutenção da entrega da duplicação do trecho de serra da rodovia Tamoios para 2022, como previsto, mesmo com a pandemia. A matéria do Bragança Jornal fala da entrega da revitalização da rodovia Capitão Baduíno como parte do programa de recuperação de 44 km de estrada. Informa ainda que, mesmo com a pandemia, a Secretaria de Logística e Transportes está dando andamento as 171 obras e quase 2 mil quilômetros de rodovias, com “55 empregos diretos em plena crise”, disse certo trecho do depoimento do secretário.

### **Pontos Positivos**

O Secretário teve um bom espaço para alertar sobre a pandemia, para informar sobre como será a Operação Verão e tocar em outros assuntos pendentes na região. Toda a matéria do Bragança Jornal é positiva e pode ser que seja o aproveitamento de um release da DER.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados nas duas análises.

### **Sugestões de Estratégias**

A TV Vanguarda recebe o secretário por dois anos seguidos, o que quer dizer que abre espaço o porta-voz falar dos investimentos na região e dos serviços oferecidos. A entrevista é conduzida de forma bem cortês, com perguntas bem diretas, sem inquisições à Secretaria ou ao Governo. Sugerimos continuar esta boa relação com a afiliada da TV Globo local e divulgar a Operação Verão também para os demais veículos de mídia como a CBN Vale, o Grupo Bandeirantes etc. Paralelamente, recomendamos campanha nas mídias sociais a respeito da Operação Verão para orientar os viajantes e, quem sabe, conscientizar muitos a desistirem da ideia. A divulgação da DER, realizada no Bragança Jornal, pode ter continuidade em outras mídias da região, assim como a Secretaria tem feito, divulgando que, mesmo com a pandemia, as obras e as melhorias não param nas rodovias estaduais. Interessante fazer uma divulgação em massa destas melhorias em toda a imprensa do Estado após a conclusão de todas as obras nas rodovias ou antes desta gestão finalizar seu mandato para documentar os avanços alcançados por esta pasta.

**Data:** 24/12/2020

**Veículos:** Rádio Metropolitana 101,9 FM (Taubaté)

**Programas/editorias:** Primeiras Notícias

**Títulos da matérias:** Entrevista com João Octaviano

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

À Rádio Metropolitana, o Secretário esclarece em entrevista que o ideal é que a população não viaje no fim de ano em razão da pandemia. Lembra que o Estado está em um momento crucial da pandemia, procurando provocar a consciência dos ouvintes mas, caso não seja possível, orienta sobre os cuidados necessários, além dos horários a se evitar trânsito e aglomerações. O porta-voz aproveita a oportunidade para falar de outros investimentos que impactam positivamente a viagem, como as mais de 1 mil câmeras que monitoram as rodovias e a fiscalização remota, dentro de um novo plano que inclui ainda drones, uma robusta Operação Verão para melhorar a segurança.

### **Pontos Positivos**

Importante espaço para informações de serviço conquistado na Rádio Metropolitana, com entrevista gravada sem intervenções negativas ao vivo.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados

### **Sugestões de Estratégia**

Toda Operação Verão nas estradas deve ter uma ampla campanha de comunicação da Secretaria de Logística e Transportes. Entendemos que a entrevista à Rádio Metropolitana foi apenas uma ação deste plano que, recomendamos, deve continuar com divulgações em massa em rádios, jornais, websites, emissoras de TV e, claro, também complementarmente nas mídias sociais visando dois pontos: conscientizar sobre a pandemia para os viajantes se protegerem e evitarem aglomerações e informações que garantam o conforto e a segurança nas estradas.

**Data:** 30/12/2020

**Veículos:** TV Diário (Mogi das Cruzes)

**Programas/editorias:** Diário TV 1ª Edição

**Títulos da matérias:** DER anuncia que obra de duplicação na Mogi-Dutra não será entregue até o fim deste ano

**Regiões:** Interior

**Veiculações:** Positiva

### **Análise**

A apresentadora já diz no início: é um assunto que interessa muito aos motoristas, a duplicação da rodovia Mogi-Dutra que, infelizmente, teve a data de conclusão adiada pela segunda vez. Apesar desta abertura, o secretário João Otaviano é claro ao explicar que o período de chuvas foi o motivo do atraso e não outro qualquer problema no DER. Ele é assertivo ao falar e passa credibilidade, repete a mesma informação mais de três vezes para realmente ficar claro ao telespectador, uma recomendação comum, dada até em média trainings.

### **Ponto Positivo**

O Secretário teve tempo e espaço para explicar com calma e serenidade a todas as dúvidas trazidas pela repórter em diferentes temas, esclarecendo cada uma das situações questionadas.

### **Risco à Imagem**

Dois pontos sensíveis foram trazidos à mesa: a não desapropriação de uma moradora que impediu que certo trecho fosse continuado conforme o previsto e estudos para instalação de pedágio na Mogi-Dutra. Neste trecho da matéria, são exibidas imagens de uma manifestação popular que ocorreu no passado contra esta iniciativa.

### **Sugestão de Estratégia**

O Secretário é um excelente porta-voz, se sai muito bem em todas as entrevistas avaliadas até agora, tanto em emissoras de rádio quando de TV. Consegue passar tranquilidade até nos temas mais cabeludos. Entendemos que um bom porta-voz deve ser aproveitado principalmente em momentos de crise. Por este motivo, pode ser importante criar um programa de “good will” do secretário com a mídia do interior, elencando aquelas regiões com maiores problemas para iniciar o relacionamento, levando sempre uma notícia positiva



da região, o que contrabalanceará com as notícias negativas futuras e poderá esclarecer rusgas antigas pela voz coesa do Secretário.

**Data:** 31/12/2020

**Veículos:** G1 Mogi das Cruzes e Suzano / Jornal Cidade (Rio Claro)

**Programas/editorias:** TV Diário / Notícias

**Títulos da matérias:** Tráfego é intenso na rodovia Mogi-Bertioga na saída do feriado de Ano Novo/ Operação de Réveillon tem início nas estradas de SP

**Regiões:** Interior/Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análise**

Matéria de serviço realizado pelo G1 informa a queda de 24% na movimentação de veículos na Rodovia Mogi-Bertioga durante o feriado de Natal. De 23 a 27 de dezembro, passaram cerca de 81 mil veículos, já no mesmo período do ano passado foram mais de 100 mil, ponto importante pois mostra que a conscientização da população de certa forma funciona; alguns realmente se conscientizam e decidem não viajar. Depoimento de sargento da Polícia Rodoviária reforça: "O movimento está bem abaixo do esperado. Essa época do ano já tinha pontos de congestionamento e lentidão". Já o depoimento do Secretário sinaliza para que a população evite viajar mas, caso não seja, possível, a Secretaria está oferecendo recursos para que a viagem seja segura por meio da Operação Réveillon e a Operação Verão. O Jornal Cidade destaca o uso de drones nas estradas, ponto ainda não destacado por nenhum veículo e aventado em análises passadas: o fracionamento de benefícios oferecidos nas estradas sempre rendem um maior volume de matérias e, assim, maior percepção dos avanços realizados pela Secretaria.

### **Ponto Positivo**

A matéria do G1 informa que as rodovias estaduais contarão com o uso de drones, além de câmeras de fiscalização e sensores de tráfego. Já o Jornal Cidade destacou o uso de drones no título, o que mostra os investimentos em tecnologia para estradas inteligentes.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados em ambas as matérias.

### **Sugestão de Estratégias**

A matéria do G1 é típica matéria que chamamos de serviço, com dados sobre movimentação de estradas, e recursos de monitoramento no feriado. Entendemos que as novas tecnologias apontadas, assim como o uso de drones, é o tipo de matéria que pode render muito mais.

Como, por exemplo, uma reportagem na TV local mostrando o percurso de um drone, olhando da cabine de comando. O que ele avista e como ele colabora para garantir com mais segurança nas estradas. O próprio Jornal Cidade, que colocou os drones no título, também podem estar abertos a publicar uma matéria como esta, pois não exploraram o tema. A imprensa do interior poderia ser convidada, então, a acompanhar a segurança da estradas em uma reportagem especial que os leve para onde geralmente não têm acesso como a cabine de comando da operação no feriado.

**Data:** 02/01/2021

**Veículos:** Mogi News (Mogi das Cruzes) / G1 Mogi das Cruzes e Suzano

**Programas/editorias:** Geral / TV Diário

**Títulos da matérias:** Obras na Mogi-Dutra vão terminar em 2021/ Rodovia Mogi-Bertioga registra 20 quilômetros de lentidão, no sentido Mogi

**Regiões:** Interior/ Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análises**

A matéria do Mogi News aborda a modernização da Mogi-Dutra que foi praticamente concluída, não fosse a aplicação de uma camada final de rolamento adiada em razão das chuvas e do asfalto úmido. Os investimentos de 103.9 milhões foram mencionados duas vezes, assim como a informação que, mesmo com a pandemia, as obras nunca pararam. Para completar, um depoimento do secretário de Logística e Transportes reforça as mensagens-chave. A reportagem do G1 fala sobre a lentidão da Mogi-Bertioga pelo excesso de carros, além de um acidente com uma caminhonete. A Secretaria Estadual de Logística e Transportes teve espaço para informar a queda de 24% na movimentação de veículos durante o feriado de Natal e orientar sobre deslocamentos desnecessários, além de reforçar que, caso isso não seja possível, a Secretaria oferece rodovias para que a viagem ocorra da melhor maneira possível.

### **Pontos Positivos**

Toda a matéria do Mogi News é positiva pois ressalta as iniciativas do governo, os investimentos e a manutenção do cronograma de obras. No G1 vários pontos foram positivos entre eles a divulgação de equipamentos modernos para auxiliar com a segurança nas estradas como drones, além de câmeras de fiscalização e sensores de tráfego.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados em ambas.

### **Sugestões de Estratégias**

A matéria do Mogi News é importante pois explica o suposto atraso na entrega da reforma da rodovia e deixa claro que a razão foi o asfalto úmido pela chuva. Sugerimos a manutenção da estratégia com a divulgação reativa do tema por meio de nota. A matéria do G-1 é típica pauta

de serviços de feriadão. O tema sempre deve ser divulgado pela prefeitura via release e agendamento de entrevistas quando necessário, informando tráfego e ocorrências, mas também sempre ressaltando as iniciativas da Secretaria.



**Data:** 04/01/2021

**Veículos:** Notícias do Vale (Registro) / Tamoios News

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Mais segurança no embarque e desembarque de veículos na travessia

Iguape/Juréia/ Mais segurança no embarque e desembarque de veículos na travessia

Iguape/Juréia

**Regiões:** Interior/ Interior

**Veiculações:** Neutra / Neutra

### **Análises**

Matéria curta do Notícias do Vale noticiando o que deve ser informado: que a balsa voltou a operar pois as obras para garantir maior segurança acabaram. Tipo de notícia perfeita que informa e não questiona ou traz à tona problemas do passado. Mesmo tipo de abordagem foi usada na nota do site Tamoios News. A nota informa que o sistema online interno das Travessias está fora do ar devido a problemas técnicos e informa a situação das travessias no momento, já que a informação no site está incorreta. Em ambas, apenas o Departamento Hidroviário é mencionado como fonte.

### **Pontos Positivos**

Não foram identificados.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestões de Estratégias**

Como órgão oficial, a Secretaria de Transportes e Logística deve sempre manter a divulgação de notas curtas, por meio de seus departamentos, como o Hidroviário, fonte de informação de ambas as notas. Este tipo de informação, que chamamos de “serviço” é estratégia fundamental em qualquer órgão público que oferece serviços aos cidadãos.

**Data:** 05/01/2021

**Veículos:** Diário do Alto Tietê (Suzano) / Mogi News (Mogi das Cruzes) / O Liberal (Americana)

**Programas/editorias:** Geral / Notícias / Geral

**Títulos da matérias:** Mogi-Bertioga teve mais de 83 mil veículos no Ano Novo/ Mogi-Bertioga teve mais de 83 mil veículos no Ano Novo/ Governo do Estado vai construir contenção de talude na SP-304, em Americana

**Regiões:** Interior/ Interior/ Interior

**Veiculações:** Neutra / Neutra / Neutra

### **Análises**

A manchete na primeira página de ambos os jornais (Diário do Alto Tietê e Mogi News) demonstra a importância da matéria: redução do tráfego na Mogi-Bertioga em 56%. Ambos os textos, porém, não mencionam em nenhum momento que a redução é positiva em tempos de pandemia, uma bela oportunidade para o Governo ressaltar a campanha #fiqueemcasa e agradecer à maior consciência da população. Por isso consideramos as matérias neutras.

Já a matéria de O Liberal tem como fonte o DER que divulgou a construção de uma estrutura para conter parte do talude que deslizou na Rodovia Luiz de Queiroz (SP-304) após fortes chuvas.

### **Pontos Positivos**

Não foram identificados em ambas as matérias. No O Liberal foi positiva a publicação de trecho da nota do DER, pois sempre confere mais credibilidade e é publicado do jeito que a assessoria previu: “O DER-SP já está em tratativas com a Prefeitura de Americana para a execução dos trabalhos de construção do talude no Km 129 (pista Leste) da SP-304. Os estudos estão em andamento”.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados em ambas as matérias. No O Liberal a pressão expressa pelo secretário de Obras e Serviços Urbanos (Sосу), denota que o Estado está atrasado no andamento do processo. “Estamos cobrando para acelerar a construção do talude”.

### **Sugestões de estratégias**

A redução de mais de 50% do volume de carros na Mogi-Bertioga - rodovia responsável por levar os moradores da região metropolitana para o litoral norte do Estado - é muito mais importante do que o registro dado por ambos os veículos. Interessante seria, como abordado acima, ressaltar a redução como uma conquista da campanha de conscientização do governo para que se fique em casa. Recomendamos que o release divulgado pela Secretaria ratifique este ponto nas próximas vezes em que reduções deste nível sejam registradas durante a pandemia. Uma oportunidade para reforçar a campanha e as iniciativas do Governo. A construção do talude deve ser acompanhado neste e em outros veículos de imprensa que deram a notícia. Uma nota pode ser divulgada quando as obras tiverem sido finalizadas, informando a população sobre seu encerramento e ofertando novamente uma rodovia segura para uso.

**Data:** 08/01/2021

**Veículos:** Mogi News (Mogi das Cruzes) / Diário do Alto Tietê (Suzano) / Agora Vale

**Programas/editorias:** Geral / Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Obras na Mogi-Dutra seguem ainda neste mês/ Obras na Mogi-Dutra seguem ainda neste mês / Árvore de grande porte cai na SP-50

**Regiões:** Interior / Interior/ Interior

**Veiculações:** Negativa / Negativa / Neutra

### **Análises**

O atraso na duplicação da Mogi-Dutra é a chamada e lead da matéria do Mogi News, que poderia ter outro enfoque: chuvas atrasam entrega das obras. Mas este motivo só foi explicado mais para frente. A escolha do foco, além de característica típica da imprensa, que sempre procura cobrar órgãos públicos, tem relação com o histórico da obra, que já sofreu outros atrasos, conforme lembra a matéria. Ao invés de “ainda não há prazo para conclusão das obras”, o ideal teria sido “A entrega será feita tão logo o asfalto seque”. A explicação do DER não ganhou peso na matéria. O Diário do Alto Tietê publicou o mesmo texto, apenas suavizou o título: “Obras na Mogi-Dutra seguem ainda este mês”. Já a nota do Agora Vale apenas registra a queda de uma árvore na SP-50, ação do DER e a liberação da pista.

### **Pontos Positivos**

Não foram identificados nas três matérias.

### **Riscos à imagem**

O texto (Mogi News e do Diário do Alto Tietê) diz que “como consolo aos motoristas, o DER promoveu serviços para maior fluidez do tráfego”. Além disso, no penúltimo parágrafo, o DER informa que mesmo que as chuvas permaneçam a obra será entregue, contradizendo o que disse anteriormente, mesmo que o jornal não tenha apontado isso. Não foram identificados riscos na nota do Agora Vale.

### **Sugestões de estratégias**

Atraso em obras é um herança que o Governo carregará, principalmente porque as ocorrências das entregas fora do prazo sempre permanecem. Matérias como essas são usuais sempre serão publicadas. Neste caso, o volume de chuvas suficiente para parar uma obra é uma razão

clara de como fatores externos impactam a gestão Estadual, oportunidade para mostrar isso à população por meio da imprensa. Sugerimos que a secretaria de Logística e Transportes faça uma divulgação proativa em casos como esse, levando ao título do release e no lead como o fator externo foi o motivo do atraso na entrega. O Secretário deu uma entrevista para o Diário TV, na qual deixou isso bem claro. Obviamente o mesmo espaço não será dado em um jornal impresso, mas o discurso deve ser alinhado nas próximas divulgações, seguindo o tom do porta-voz. Intervenções não programadas como a que ocorreu na SP-50 em razão da queda de uma árvore é o dia a dia de órgãos com o DER e toda a vez que interferir na vida da população deve ter o assunto divulgado como nota de serviço nos veículos de imprensa e mídias sociais da região.



**Data:** 10/01/2021

**Veículo:** Diário de Suzano

**Programa/editoria:** Geral

**Título da matéria:** Motoristas aprovam obras realizadas na Índio-Tibiriçá

**Região:** Interior

**Veiculação:** Positiva

### **Análise**

Muito positiva a matéria “fala povo” feita pelo Diário de Suzano ao ouvir moradores e motoristas da região para opinarem sobre as obras realizadas na rodovia Índio-Tibiriçá. Todos os entrevistados aprovaram a maior segurança, porém comentaram do aumento do tráfego em razão das rotatórias. O último parágrafo traz os dados do DER, como o valor do investimento e o detalhamento da obra realizada.

### **Ponto positivo**

Depoimentos que aprovam as obras.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de estratégia**

Os depoimentos da população trazem muito mais credibilidade do que o testemunhal das autoridades envolvidas. Sugerimos aproveitar a publicação para fazer um “repost” nas redes sociais do Governo, como da DER, por exemplo, selecionando os melhores trechos.

**Data:** 12/01/2021

**Veículo:** Tamoios News

**Programa/editoria:** Cidades

**Título da matéria:** Estado continua com obras de contenção contra erosões no Massaguaçu

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

A matéria do Tamoios News informa a previsão de finalização das obras de contenção de erosão no Massaguaçu para fevereiro, apesar do título informar que “Estado continua com obras de contenção contra erosões no Massaguaçu”. O investimento do Governo do Estado é de aproximadamente R\$ 7,4 milhões e a matéria ratifica que a Prefeitura de Caraguatatuba já cobrava ações emergenciais por parte do Estado no referido trecho, conduta habitual na disputa de visibilidade positiva que sempre ocorre entre os governos municipais e estaduais.

### **Ponto Positivo**

O anúncio da entrega em breve e o volume investido.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

A matéria é curta, mal escrita e o assunto é importante para a Secretaria localmente, pois mostra o empenho em trazer segurança aos moradores e transeuntes da rodovia. Sugerimos que a assessoria de imprensa faça a divulgação de uma nota com foto após a conclusão das obras e divulgue para a imprensa da região. Informações além dos investimentos podem ser providas se focadas nos esforços da Secretaria em entender as mudanças climáticas e se preparar para elas. Ressacas estão cada vez mais frequentes e o órgão não deixa de disponibilizar dinheiro e equipes para trazer soluções. O foco em “as obras continuam” mostra falta de pauta do veículo, o que pode ser uma oportunidade para a Secretaria procurar pautar uma agenda positiva no mesmo.

**Data:** 14/01/2021

**Veículo:** Todo Dia (Americana)

**Programa/editoria:** Geral

**Título da matéria:** SP-304: talude ficará 6 meses em obra

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

Matéria do jornal Todo Dia dá destaque para a finalização, em seis meses, das obras de contenção de talude na SP-304. O acidente foi causado pelas fortes chuvas quase dois meses antes, tendo uma rua interditada todo esse tempo. Em nenhum momento a matéria menciona pressão da prefeitura ou braços cruzados do governo do Estado. A fonte oficial mencionada foi o DER. Matéria puramente informativa e de serviço, pois adianta que as obras podem trazer interdições em faixas da rodovia.

### **Ponto Positivo**

Não foram identificados.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de estratégia**

Típica pauta de serviço que merece ser divulgada quando as obras forem iniciadas com release, incluindo foto, depoimento do Secretário e os investimentos que estão sendo feitos para trazer segurança aos motoristas da região.

**Data:** 15/01/2021

**Veículos:** G1 Vale do Paraíba e Região

**Programa/editoria:** Vale do Paraíba e Região

**Título da matéria:** Rodovia Osvaldo Cruz passa por interdições para obras no trecho de Taubaté

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

O G-1 do Vale do Paraíba traz esta matéria de serviço a respeito de interdição que será feita na Rodovia Osvaldo Cruz para o lançamento de três vigas, que sustentarão a ponte que está sendo construída no trecho. A obra, paga pelo Governo do Estado, custará R\$ 2,9 milhões. A fonte de informação é o DER e a Secretaria não foi mencionada.

### **Ponto Positivo**

Não foram identificados

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados

### **Sugestão de Estratégia**

A execução de uma ponte é sempre uma boa notícia em um rodovia e isto não foi explorado na reportagem. Nem sequer mencionada que ponte é esta, de onde sai, para onde leva e qual o benefício que propiciará aos moradores ou motoristas da região. Sugerimos que a assessoria da Secretaria realize a divulgação sobre ponte quando a obra estiver sido concluída, enfatizando estes pontos abordados acima.

**Data:** 18/01/2021

**Veículos:** A Tribuna Online / O Liberal (Americana)

**Programas/editorias:** Geral / Geral

**Títulos da matérias:** Travessia de balsa Cananeia/Continente ficará interditada por 20 dias/  
Governo do Estado vai construir contenção de talude na SP-304, em Americana

**Regiões:** Interior / Interior

**Veiculações:** Neutra / Negativa

### **Análises**

Nota seca na Tribuna Online, novamente com informações de serviço, fornecidas pelo Departamento Hidroviário (DH). Desta vez sobre a interdição da travessia Cananeia/Continente em razão da reforma do atracadouro, intervenção que não estava prevista. O jornal publicou também que: “O DH ainda esclareceu que a obra é necessária para manter a travessia segura e que a prioridade do Departamento sempre foi preservar o interesse público e salvaguardar vidas”. Já a matéria de O Liberal tem como fonte o DER que divulgou a construção de uma estrutura para conter parte do talude que deslizou na Rodovia Luiz de Queiroz (SP-304) após fortes chuvas. O texto diz que o anúncio foi feito após a prefeitura cobrar do Estado uma solução para o local.

### **Pontos Positivos**

Não foram identificamos em ambas as matérias.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados na matéria da Tribuna Online. Já no jornal O Liberal, foi forte a pressão da prefeitura da cidade. De acordo com secretário de Obras e Serviços Urbanos (Sosu), “*a situação atual gera riscos para as residências e comércios próximos e que é necessário obras para estabilização*” dando o tom de cobrança à Secretaria de Logística e Transportes.

### **Sugestões de Estratégias**

A obra no atracadouro da balsa Cananeia/Continente, mesmo que não estivesse prevista pode ser vista com uma iniciativa positiva já que de tempos em tempos restaurações como essas são sempre necessárias. Após a conclusão, a Secretaria pode divulgar um release falando da liberação para uso e dos ajustes feitos, assim como os benefícios para os usuários. A matéria do



jornal O Liberal é marcada pela pressão da prefeitura que deixa claro que a construção de contenção só está sendo feita a pedido e não por iniciativa própria do Governo. É este ponto que pode ser melhor azeitado no texto com uma nota que informe que a Secretaria estava avaliando as condições e realizando estudos antes de anunciar a intervenção.

**Data:** 19/01/2021

**Veículos:** Rádio BandNews FM 96,9 / O Liberal (Americana)

**Programas/editorias:** O É da Coisa / Notícias

**Títulos da matérias:** Departamento Hidroviário mantém suspensão da balsa de Cananéia por mais 20 dias / Muro de gabião vai ser feito em 30 dias

**Regiões:** Capital / Interior

**Veiculações:** Neutra / Positiva

### **Análises**

Nota da BandNews informando que o Departamento Hidroviário mantém suspensão da balsa de Cananéia por mais 20 dias. Em determinado trecho, quando informa que o problema era mais complexo do que se esperava, o apresentado diz “puxa, pra 20 dias!”, dando a entender que deve ser complexo mesmo, sem explicar o porquê. Comportamento muito usual de jornalistas âncoras, que podem emitir sua opinião, sempre reforçando o comportamento coletivo de criticar ações das autoridades. Positiva a matéria do jornal O Liberal que anuncia a entrega, em apenas 30 dias, do muro de gabião para conter o talude que deslizou na SP-304. O texto salienta que a obra tem prazo de até seis meses, porém será entregue em um.

### **Pontos Positivos**

Não foram identificados na reportagem veiculada pela rádio BandnNews. No caso da matéria do jornal O Liberal é justamente o anúncio da entrega do muro de gabião, transmitindo à população prestação de serviço sobre a obra.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestões de Estratégias**

Esta informação da Band news já circulou em outros veículos analisados neste material e entendemos que se trata de uma nota divulgada pela assessoria da DER. Recomendamos seguir com a esta estratégia, pois todo e qualquer serviço oferecido à população que tenha sua operação suspensa deve ser comunicado em massa, inclusive nas redes sociais e até mesmo

com cartazes sinalizadores no entorno da obra. O início da obras no talude podem ser divulgadas para todos os jornais que cobriram o tema anteriormente.

**Data:** 22/01/2021

**Veículos:** Estadão Online / Repórter Diário / Lençóis Notícias

**Programas/editorias:** Metrópole / Política / Geral

**Títulos da matérias:** Briga Bolsonaro x Doria afeta obras no Estado/ Briga Bolsonaro x Doria afeta obras no Estado / Prefeitura e DER atuam na limpeza de rotatórias da SP-261 na área urbana

**Regiões:** Capital / Região Metropolitana / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva / Neutra

### **Análises**

O título “Briga Bolsonaro x Dória afeta obras no Estado” soa como um soco no estômago do Governo Estadual. Este embate público começou a ficar mais pesado com a pandemia e dura até hoje com a guerra das vacinas. E quando a guerra política prejudica entregas à população tudo fica pior para a reputação do Governo Federal. A reportagem afirma que já é uma “ação coordenada da gestão Bolsonaro” e dá destaque para a construção do piscinão de Jaboticabal, que teve a linha de crédito da Caixa cancelada após o aquecimento deste embate público. A ponte Santos Guarujá também é dada como exemplo, além da duplicação de trecho paulista da Rio-Santos. Conta com depoimento do Secretário ao final. O Repórter Diário replicou a matéria do Estadão, apenas não publicou a foto do Piscinão de Jaboticabal. O jornal Lençóis Notícias traz reportagem de serviço a respeito da manutenção e limpeza das rotatórias da Rodovia SP-261, em uma parceria entre a Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente e o DER. Conta com depoimento do Secretário do Meio Ambiente, levando a crer que a nota pode ter sido divulgada por este órgão.

### **Pontos Positivos**

O Governo do Estado teve um belo espaço para se queixar dos entraves que o Federal vêm lhe impondo, por isso consideramos ambas as matérias positivas. A reportagem do Jornal Lençóis Notícias não identificamos pontos positivos. S

### **Riscos à Imagem**

Guerras políticas e suas consequências junto à população. Não identificamos pontos negativos na matéria do Jornal Lençóis Notícias. S

### **Sugestões de Estratégias**

Espaços assim são difíceis de serem obtidos, ainda mais em um jornal de grande expressão como o Estado de S. Paulo. O tom de batalha política, por mais que não seja bem-vindo, auxilia neste momento na pressão a ser feita junto ao Federal por meio da imprensa. Seguindo esta estratégia mais ousada, uma pauta similar ou um artigo poderia ser plantado no principal jornal de Brasília, o Correio Braziliense, além de notas com recorte específico em veículos que pautam a grande mídia, até programas de TV, como a coluna da Mônica Bergamo na Folha de S. Paulo, ou do Anselmo Gois, do O Globo. Com relação à pauta de serviço do Lençóis Notícias sugerimos apenas acompanhar a divulgação realizada pelo parceiro do DER nesta empreitada, a Secretaria de Meio Ambiente.



**Data:** 23/01/2021

**Veículo:** Correio Popular

**Programa/editoria:** Geral

**Título da matéria:** Briga desrespeita princípio federativo e prejudica São Paulo

**Região:** Interior

**Veiculação:** Positiva

### **Análise**

A matéria publicada no Estadão Online a respeito de como a guerra política entre Bolsonaro e Dória está entrvando as obras estaduais foi reproduzida pela Agência Estado e, como esperado, publicada pela mídia, entre os veículos, o Correio Popular de Campinas. O título, porém, é ainda mais forte e favorável ao Governo Estadual: *Briga desrespeita princípio federativo e prejudica São Paulo*.

### **Ponto Positivo**

O Governo do Estado conquistou um dos melhores espaços na imprensa que é o serviço de agência de notícias do Estadão, conhecido pelo seu poder de pulverização, e com título que deixa ainda mais clara a atitude errônea do Federal.

### **Riscos à Imagem**

Guerras políticas e suas consequências junto à população.

### **Sugestão de Estratégia**

Com a matéria publicada inicialmente no jornal Estado de S. Paulo alcançando a base de notícias da Agência Estado entendemos que a divulgação do tema está bem coberta, podendo ser reforçada com as sugestões que mencionamos na análise anterior: pauta de artigo no Correio Braziliense, além de notas com recorte específico para columnistas.

**Data:** 27/01/2021

**Veículos:** Jornal da Cidade de Bauru / Diário de Suzano / Diário TV (Mogi das Cruzes)

**Programas/editoriais:** Geral / Geral / Diário TV 1ª edição

**Títulos da matérias:** Ampliação da eclusa de Ibitinga tem detonação de rocha/ DER  
'arranca' lombadas eletrônicas e passa a multar com radares portáteis/ Radares inteligentes e lombadas eletrônicas da Mogi-Salesópolis não funcionam

**Regiões:** Interior / Interior / Interior

**Veiculações:** Positiva / Negativa / Negativa

### **Análises**

O Jornal da Cidade replicou matéria já publicada por outros jornais e analisado neste relatório analítico. O texto é igual, o que leva a crer que foi produzido por uma agência de notícias regional ou se trata de um release aproveitado pela imprensa. O texto aborda a programação de nova detonação de rocha em eclusa da Hidrovia Tietê-Paraná para ampliação do canal de Ibitinga e fica focado nesta iniciativa, apesar de mencionar que ela é importante para oferecer mais segurança e qualidade na navegação. O Diário de Suzano dá chamada de capa para a falta de lombadas eletrônicas na Rodovia Índio-Tibiriça em tom suave, porém, o título da matéria "DER arranca lombadas eletrônicas e passa a multar com radares portáteis" surge de forma mais agressiva pelo uso do verbo "arrancar" com tom de que algo foi feito à força. O lead, porém, informa o andamento do processo de contratação de um novo parceiro para o serviço por meio de licitação. O Diário TV também trouxe o tema para a 1ª edição do seu jornal em matéria de 4 minutos e meio, porém, por se tratar de um telejornal, traz um tom mais combativo. Pedestres reclamam da falta de segurança e os motoristas questionam a necessidade dos equipamentos. Um especialista em trânsito é entrevistado e diz que os acidentes devem aumentar. Já a secretária de Transportes de Mogi informou que está fazendo toda uma reanálise dos contratos vigentes no município e verificando os pontos que justifiquem os locais de instalação.

### **Pontos Positivos**

Depoimento do Superintendente do DH revela que estão dando início à obras do Canal Avanhandava e também de proteção de Ponte SP-333, com investimentos vultuosos, além do de plano diretor para a Hidrovia. Não foram identificados no Diário de Suzano. No Diário TV foi relevante o espaço para a secretária local explicar o que está ocorrendo.

### **Riscos à imagem**

Detonação de rochas, foco da matéria do Jornal da Cidade, sempre pode atrair a atenção de ambientalistas. O “arranca” do título da matéria do Diário de Suzano demonstra a falta de organização da Secretaria que deve abrir processo licitatório enquanto faz uso do serviço atual e só realizar a troca na finalização dele, ao invés de deixar a população sem o serviço. Até que nossos equipamentos de monitoramento das vias seja instalado, há a vulnerabilidade da ocorrência de acidentes e denúncia da imprensa culpando as autoridades. O Diário TV parecer ter uma linha editorial combativa à iniciativas do Governo em razão de outras matérias já analisadas neste relatório.

### **Sugestões de estratégias**

Conforme já sugerimos em análise de matéria similar, a assessoria de comunicação da Secretaria poder divulgar estas obras publicadas no Jornal da Cidade do ponto de vista de fomento econômico, pautando os veículos a partir de dados que mostrem o quanto da exportações de commodities do país passam pela hidrovia, e como esta obra vai aperfeiçoar esse escoamento. Para o Diário de Suzano o tom saiu negativo em razão do título, apesar do texto não mencionar o motivo da Secretaria deixar um contrato acabar para só depois abrir processo licitatório para eleger outro prestador de serviço. Tipo de assunto que merece apenas acompanhamento e pode ter uma nota pronta para explicar o motivo do atraso na licitação caso seja questionado. O Diário TV 1ª edição deve ser monitorado e, assim que os equipamentos tiverem data para instalação, a Secretaria deve divulgar um release informando a imprensa. Um post específico também pode ser veiculado nas redes sociais. Além disso, para amenizar o tom combativo recorrente à iniciativas do Governo, sugerimos que a assessoria paute uma exclusiva com este veículo no futuro, procurando gerar mais confiança e aproximação com o mesmo.

**Data:** 28/01/2021

**Veículo:** Portal da Cidade

**Programa/editoria:** Notícias

**Título da matéria:** Transporte fluvial com mudanças em Iguape

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

A matéria do Portal da Cidade avisa a população sobre mudanças temporárias no transporte fluvial em Iguape pois uma embarcação está atracada impedindo manobras e prejudicando o transporte dos moradores da Costeira da Barra, que devem utilizar o antigo porto da balsa na Barra do Ribeira para embarque e desembarque. Procurada, a Dersa informou não ser possível a remoção da embarcação pois ela foi lacrada pela Marinha do Brasil para manutenção.

### **Ponto Positivo**

Não foram identificados

### **Riscos à Imagem**

Queixas da população podem gerar outra matéria mais negativa.

### **Análise**

O tom da matéria foi suave por isso a consideramos neutra, mas poderia ter sido pior caso o Portal entrevistasse os moradores da região que certamente reclamariam sobre a embarcação, principalmente porque parece que foram surpreendidos já que a Dersa não informou (ao menos a matéria não menciona), que a operação já estava programada e que os usuários foram avisados. Nossa recomendação é acompanhar e, caso haja alguma outra matéria, divulgar uma nota reativa (da própria Dersa) explicando os motivos da paralização da balsa naquele local e a assistência aos usuários do transporte fluvial.

**Data:** 29/01/2021

**Veículo:** Diário do Vale (Cândido Mota)

**Programa/editoria:** Geral

**Título da matéria:** Operação Balança' é retomada em Assis

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

A matéria informativa informa sobre o prosseguimento da Operação Balança nas rodovias da região, uma iniciativa da DER, junto à concessionária, além de explicar detalhes mais técnicos a respeito da tolerância de eixos e pesos brutos. Ao final, o texto esclarece os riscos nas estradas causados por veículos de carga que excedem limites.

### **Ponto Positivo**

Ação da DER para garantir a segurança dos caminhões que circulam nas rodovias

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Apesar de neutra, a notícia é importante, principalmente para os caminhoneiros. Por este motivo, sugerimos que uma nota seja divulgada para rádios regionais, que têm sua programação acompanhada por estes motoristas. Posts em mídias sociais da DER também são bem-vindos.



**Data:** 31/01/2021

**Veículo:** Jornal da Manhã (Marília)

**Programa/editoria:** Geral

**Título da matéria:** Operação Balança é retomada na SP 284

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

O Jornal da Manhã reproduz a mesma matéria publicada pelo Diário do Vale a respeito da Operação Balança nas rodovias da região, indicando se tratar de um release divulgado pela DER.

### **Ponto Positivo**

Ação da DER para garantir a segurança dos caminhões que circulam nas rodovias

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Seguimos com a mesma sugestão escrita acima: apesar de neutra, a notícia é importante principalmente para os caminhoneiros. Por este motivo, sugerimos que uma nota seja divulgada para rádios regionais, que têm sua programação acompanhada por estes motoristas. Posts em mídias sociais da DER também são bem-vindos.

**Data:** 02/02/2021

**Veículos:** Rádio Jovem Pan News 97,5 FM (Bauru) / ABC do ABC / Click Guarulhos /  
Diário da Região

**Programas/editoriais:** Jornal da Manhã / Cidades / Notícias / Geral

**Títulos da matérias:** Entrevista com João Octaviano, Secretário de Logística e Transportes de SP/ DER faz audiência pública sobre Novas Vicinais nesta terça/ Governo faz audiência pública virtual do projeto geral do programa Novas Vicinais, nesta terça, 2/ Governo Dória vai destinar R\$ 700 milhões para recuperar estradas vicinais em 2021.

**Regiões:** Interior / Interior / Interior/

**Veiculações:** Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

### **Análises**

O Jornal da Manhã da Jovem Pan de Bauru entrevista o secretário de Logística e Transportes por quase 14 minutos. O tom é amistoso e o secretário fonte recorrente do apresentador que não mede elogios ao porta-voz, que o retribui ao longo da entrevista. A primeira pergunta direciona para as iniciativas positivas da Secretaria como as mais de 132 obras que estão em andamento, e quase R\$ 6 bilhões em investimento nas rodovias paulistas; ponto este, repetido pelo entrevistador por três vezes ao longo da conversa. O secretário, muito hábil, sempre destaca a atuação do Governador e do seu vice, estando assim, alinhado com os discursos mais elevados do Governo. Quando questionado sobre a queda no ritmo das obras de construção das marginais da Rondon, em Bauru, o secretário diz que levará a questão diretamente ao diretor geral da Artesp e já amarra dizendo o quão importante é esta obra pois o volume de carros aumentará com a chegada de uma das maiores fábricas de celulose no mundo, na região de Lençóis Paulista. Matéria do ABC do ABC informa que o DER realizou audiência pública online para recuperação de estradas vicinais de todo o Estado, como uma forma de ajudar as Prefeituras a modernizar suas estradas. Conta com depoimento do vice-governador e do secretário de Transportes. Já o Click Guarulhos publicou nota curta sobre a audiência público do mesmo programa. O Diário da Região abriu um espaço mais nobre para abordar o assunto das Vicinais, informando já no título que o Governo Dória destina R\$ 700 milhões para recuperar estradas e publica foto do vice-governador em audiência pública virtual.

### **Pontos Positivos**

Habilidade do Secretário em agradecer o entrevistador da Jovem Pan pela pergunta sobre a redução do ritmo das obras das marginais da Rondon. Na matéria do ABC do ABC o foco dado para apoiar as prefeituras. No Diário da Região, o depoimento do secretário que diz que as vicinais são “corredores logísticos do PIB”, metaforizando a importância do investimento. No Click Guarulhos não foram identificados.

### **Riscos à Imagem**

Não foram identificados em nenhuma das quatro matérias analisadas.

### **Sugestões de Estratégias**

Como já comentado em análises anteriores, o secretário de Logística e Transportes é um excelente porta-voz e se sai muito bem em entrevistas de rádio e TV, conseguindo levar as mensagens da Secretaria no que diz respeito aos investimentos em rodovias, hidrovias etc, além de conseguir contornar pontos mais sensíveis. Percebe-se também a afinidade com que o secretário sempre conversa com seus entrevistadores. Assim, sugerimos que a estratégia seja mantida, disponibilizado o porta-voz como fonte tanto para lançar novas empreitadas do Governo em sua pasta, como para, eventualmente e dependendo do caso, ser também a pessoa mais indicada para lidar com temas mais sensíveis junto à imprensa. O programa Novas Vicinais, veiculado pelo ABC do ABC, Click Guarulhos e Diário da Região deve fazer parte de um amplo plano de comunicação para que compreenda uma comunicação em massa para toda a imprensa do estado, seja a grande mídia ou regional, rádio, TV, impressos, on-lines, além de campanhas nas redes sociais.

**Data:** 03/02/2021

**Veículo:** A Cidade On (Ribeirão Preto)

**Programa/editoria:** Jornal da Manhã

**Título da matéria:** Radares entram em operação em rodovias da região de Ribeirão

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

### **Análise**

A matéria informa sobre o início das operações de seis radares de fiscalização de velocidade em rodovias na região de Ribeirão Preto e informa onde estão localizados.

### **Pontos Positivos**

Não identificados, pois se trata de uma nota registro.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestão de Estratégia**

Radares são equipamentos eficientes para reduzir acidentes já que o motorista reduz a velocidade para não ser multado. Assim, recomendamos que notas de serviço como essa sejam divulgadas quando da instalação de novos equipamentos como forma de mostrar as iniciativas do Governo e orientar a população.

**Data:** 12/02/2021

**Veículo:** Regional News (Caieiras)

**Programa/editoria:** Notícias

**Título da matéria:** DER retira lombadas eletrônicas da SP-332

**Região:** Região Metropolitana

**Veiculação:** Neutra

#### **Análise**

O Regional News publicou matéria sobre a retirada das lombadas informando o leitor, o que demonstra que mais uma vez a imprensa não foi notificada sobre a retirada, mas o assunto foi descoberto. Tanto que a reportagem revela que entrou em contato com o DER para entender o ocorrido e foi informada que os antigos equipamentos foram retirados em razão do encerramento do contrato.

#### **Ponto Positivo**

Não identificado.

#### **Risco à imagem**

Não identificado.

#### **Sugestão de estratégia**

Entendemos que esta notícia deve ser reativa. Não faz sentido realmente divulgar a retirada dos aparelhos sem que nova licitação tivesse sido feita. Assim, recomendamos que a estratégia siga como está, e que a assessoria do DER envie nota reativa à imprensa quando questionada.



**Data:** 13/02/2021

**Veículo:** Folha da Cidade (Araraquara)

**Programa/editoria:** Notícias

**Título da matéria:** Vicinais: Estado anuncia para março abertura de licitação

**Região:** Interior

**Veiculação:** Neutra

#### **Análise**

O jornal de Araraquara anuncia a publicação de edital de licitação para obras do Programa Novas Vicinais destacando que se trata de uma antiga reivindicação do deputado Edmir Chedid (DEM), demonstrando, mais uma vez, a articulação de políticos locais junto aos órgãos de imprensa para disputar visibilidade com o Governo do Estado. Tanto que o deputado é a única fonte da matéria.

#### **Ponto positivo**

Não foi identificado.

#### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

#### **Sugestão de estratégia**

Muito comum esta disputa de visibilidade entre o poder municipal e estadual. Sugerimos que a assessoria da Secretaria de Logística e Transportes assumira a dianteira e leve o tema à imprensa antes da interferência do deputado.

**Data:** 15/02/2021

**Veículo:** Rádio Nova Brasil 91,3 FM (Ribeirão Preto)

**Programa/editoria:** Nova Manhã

**Título da matéria:** Entrevista com João Octaviano, Secretário de Logística e Transportes de SP

**Região:** Interior

**Veiculação:** Positiva

### **Análise**

A entrevista tem início repercutindo a matéria publicada no jornal Folha de S. Paulo sobre como a discórdia entre Bolsonaro e Dória prejudica oito projetos em São Paulo. O Secretário de Logística e Transporte explica que divergências políticas não podem ferir os projetos como está ocorrendo. Na entrevista, aborda pontos importantes como a ligação seca Santos-Guarujá, o programa Novas Vicinais, o programa de vacinação do Governo, ressalta a atuação da Secretaria de Saúde e do vice-governador, além de temas mais regionais como a privatização do Aeroporto Leite Lopes.

### **Ponto Positivo**

Espaço para tocar em ponto sensível como a ponte Santos-Guarujá, projeto pronto, porém à espera da aprovação do Governo Federal.

### **Riscos à imagem**

Não identificados.

### **Sugestão de estratégia**

Toda entrevista concedida pelo secretário em rádios e TV's regionais apresentaram um discurso tranquilo, coeso e esclarecedor. Ribeirão Preto tem uma imprensa local forte. Assim, sugerimos que outros temas mais locais possam ser levados para a mídia da região sempre que seja necessário criar uma agenda positiva.

**Data:** 16/02/2021

**Veículo:** Diário da Região (São José do Rio Preto)

**Programa/editoria:** Coluna do Diário

**Título da matéria:** DER e prefeitos da região definem lista de vicinais

**Região:** Interior

**Veiculação:** Positiva

### **Análise**

A matéria na coluna é resultado de entrevista realizada com o secretário de Logística e Transportes, que novamente destaca a participação do vice-governador no projeto das Novas Vicinais. O jornalista da coluna ressalta que o programa é um dos maiores trunfos eleitorais do vice-governador, que ele trata como “cacique do DEM”, para suceder o governador Dória. Outro ponto abordado foi a concessão do aeroporto de Rio Preto à iniciativa privada.

### **Ponto Positivo**

Ocupação de importante espaço dentro da mídia regional para abordar temas locais.

### **Risco à imagem**

A “pseudo” pré-campanha eleitoral do vice-governador, com bandeira levantada pelo secretário de Transportes.

### **Sugestão de Estratégia**

Importante estratégia adotada pela Secretaria em alavancar o secretário como porta-voz dos investimentos locais como o Programa Novas Vicinais e as concessões aos aeroportos regionais. Notícias veiculadas por colunistas podem sempre ser mais sensíveis tendo em vista a experiência e as fontes que estes profissionais possuem mas, ao mesmo tempo, também ocupam espaços nobres nos jornais. Entendemos que este canal com o colunista Rodrigo Lima deve se manter aberto e com estreitamento de relações. Para isso, sugerimos o envio de notas

exclusivas, principalmente quando for necessária a publicação de notícias estratégicas para a Secretaria.

**Data:** 25/02/2021

**Veículos:** Acontece Botucatu / Jornal da Cidade (Bauru)

**Programas/editorias:** Economia / Geral

**Títulos da matérias:** Tietê-Paraná movimentou 21, milhões de toneladas de carga em 2020/

Tietê-Paraná movimentou 2,1 mi de toneladas em 2020

**Regiões:** Interior / Interior

**Veiculações:** Positiva / Positiva

### **Análises**

O Acontece Botucatu e o Jornal da Cidade parecem ter publicado um release enviado pela Secretaria de Logística e Transportes e mostram a mesma notícia sob outro viés: “Hidrovia Tietê-Paraná movimentou, apesar da pandemia da Covid-19, 2,1 milhões de toneladas de cargas em todo ano de 2020” . O Secretário tem espaço para depoimento, onde aborda um foco ainda não abordado anteriormente: a ampliação da participação da hidrovia no escoamento da produção nacional, demonstrando sua importância na exportação porque conecta seis dos maiores estados produtores de grãos. Foram, inclusive, mencionados os projetos mais importantes como a eclusa de Ibitinga e o Canal de Nova Avanhandava.

### **Pontos Positivos**

Os aspectos positivos são as informações veiculadas sobre a quantidade de cargas transportadas e o espaço concedido ao depoimento do Secretário, transparecendo clareza para a imprensa e sociedade. A bela foto de um navio na Hidrovia ajuda a compor o tom positivo da matéria.

### **Riscos à imagem**

Não foram identificados.

### **Sugestões de Estratégias**

Com a certeza da publicação de um release, entendemos a estratégia da Secretaria: aproveitar o balanço anual da Hidrovia para contar todos os planos que se tem para ela, reduzindo também desta forma o impacto negativo da redução de volume de cargas. Ampliar a participação da hidrovia no escoamento da produção nacional pode ser o foco da próxima divulgação. Isso pode ser feito com pautas que contem a história da hidrovia, suas evoluções

ao longo do tempo e seu futuro, uma pauta que pode interessar muito os telejornais e programas de reportagem da TV aberta e fechada. Vídeos pode ser feitos, com este mesmo enfoque, para serem divulgados nas redes sociais. O Valor Econômico também é um espaço onde cabe bem este tipo de pauta.

*8*

*8*

*8*



**pridea.**  
comunicação

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

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

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

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

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

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

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

por um aprofundamento do diálogo entre os profissionais envolvidos nos projetos e na construção de uma relação de confiança mútua e consistente.

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

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

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

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

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

## **Fluxo de Trabalho: acompanhamento e revisão permanente de procedimentos**

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

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

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

## **Ferramentas e Gestão de Processos**

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

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



## Seguem algumas das nossas ferramentas:

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



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

**Análise de dados de anúncios em todas as redes sociais**, tais como: CTR (taxa de cliques), engajamento (atividades dos usuários), devices (mobile, desktop, smartphones), navegadores, sistema operacional (Ios / Android), dados demográficos (gênero, idade), dados geográficos (cidade, estado), comportamentais (fluxo de cliques na url de destino/ taxa de rejeição) e também a medição em tempo real dos anúncios (evolução de custos, como CPC (custo por clique) ou CPA (custo por aquisição). Além disso, a **Pridea Comunicação** consegue analisar todas as outras métricas que possibilitam a tomada de decisão e documentação dos resultados de um anúncio e o retorno sobre o investimento (ROI).

- **Arquitetura de IA (Intelligence Artificial)**
- **Produção de API (Application Programming Interface)**
- **Construção de customização no software para o segmento (painéis altamente intuitivos)**
- **Arquitetura de Data Science e Business Intelligence**

- **Canais de aplicação: site, social media, social ads, inbound marketing**
- **Scup:** monitoramento de marcas, palavras-chave e assuntos nas redes sociais e nos principais sites de notícias. A partir dela e da experiência embarcada pela equipe da **Pridea Comunicação** é possível acompanhar tudo o que está sendo falado na internet sobre temas específicos. A ferramenta também permite a interação com usuários no chamado SAC 2.0, a fim de garantir um diálogo permanente com os clientes das marcas, reforçando sua autoridade e relevância.
- **Postgram:** a ferramenta possibilita a programação de publicações, bem como o acompanhamento de conteúdos no Instagram. Por meio da definição de um perfil editorial e de um cardápio de conteúdo definido e aprovado, a **Pridea Comunicação** consegue atuar nos horários mais nobres para maior impacto junto à audiência de cada cliente, ampliando as chances de converter essas mensagens em engajamento e relacionamento com a marca.
- **Bancos de Imagens:** com cadastro em diversos Bancos de Imagens, a **Pridea** consegue garantir o melhor mapeamento de fotos e imagens que condizem com a necessidade de cada cliente. A partir desses bancos, a Agência criar, desenvolve e entrega artes, peças e conteúdos que melhor se adaptem ao público-alvo de cada ação.
- **Wideo:** entre outras ferramentas de edição e tratamento de vídeos, a **Pridea** conta com uma ferramenta específica para criação de videografias e animações que traduzem de forma célere e assertiva as mensagens dos clientes. Por meio da criação de um conteúdo alinhado às expectativas e necessidades de comunicação, a **Pridea** adapta o texto a uma plataforma com imagens e som, ampliando as possibilidades de alcance e repercussão do conteúdo.
- **Ferramentas de Edição/Vídeos e Fotos:** a Agência dispõe ainda de um rol de programas e ferramentas de edição e tratamento de imagens, seja de foto ou vídeo. A partir delas é possível determinar o aspecto visual de campanhas distintas, caracterizando de acordo com a identidade visual de casa cliente peças, fotos e imagens a serem compartilhadas como forma de agregar e enriquecer o conteúdo nos diferentes canais.



- **RD Station:** o software é um importante aliado na gestão de conteúdo e de relacionamento com usuários. A **Pridea Comunicação** investe no aprimoramento constante do chamado *inbound marketing*, baseado essencialmente na produção qualificada de conteúdo relacionado a uma marca ou produto. A ferramenta possibilita uma melhor otimização para os principais sites de busca (SEO), criação de landing pages e estratégias de geração de leads, disparo e gerenciamento de e-mail marketing, fluxo de automações para relacionamento, monitoramento de acesso dos leads em sites, gestão de contatos e de mídias sociais. Além disso, é possível também qualificar análises e relatórios por meio dos dados fornecidos e acompanhados pela ferramenta.
- **Ferramentas de Mailing:** a **Pridea** investe permanentemente na nutrição e manutenção de sua agenda estratégica junto aos principais veículos de imprensa e formadores de opinião. Para isso, conta com ferramentas que auxiliam na melhor performance desses contatos, mantendo os assessores de imprensa em contato permanente com setores importantes da mídia.

### **Contas Públicas: experiência e projetos de sucesso**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

### ARTESP: AS MELHORES ESTRADAS DO PAÍS

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

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

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

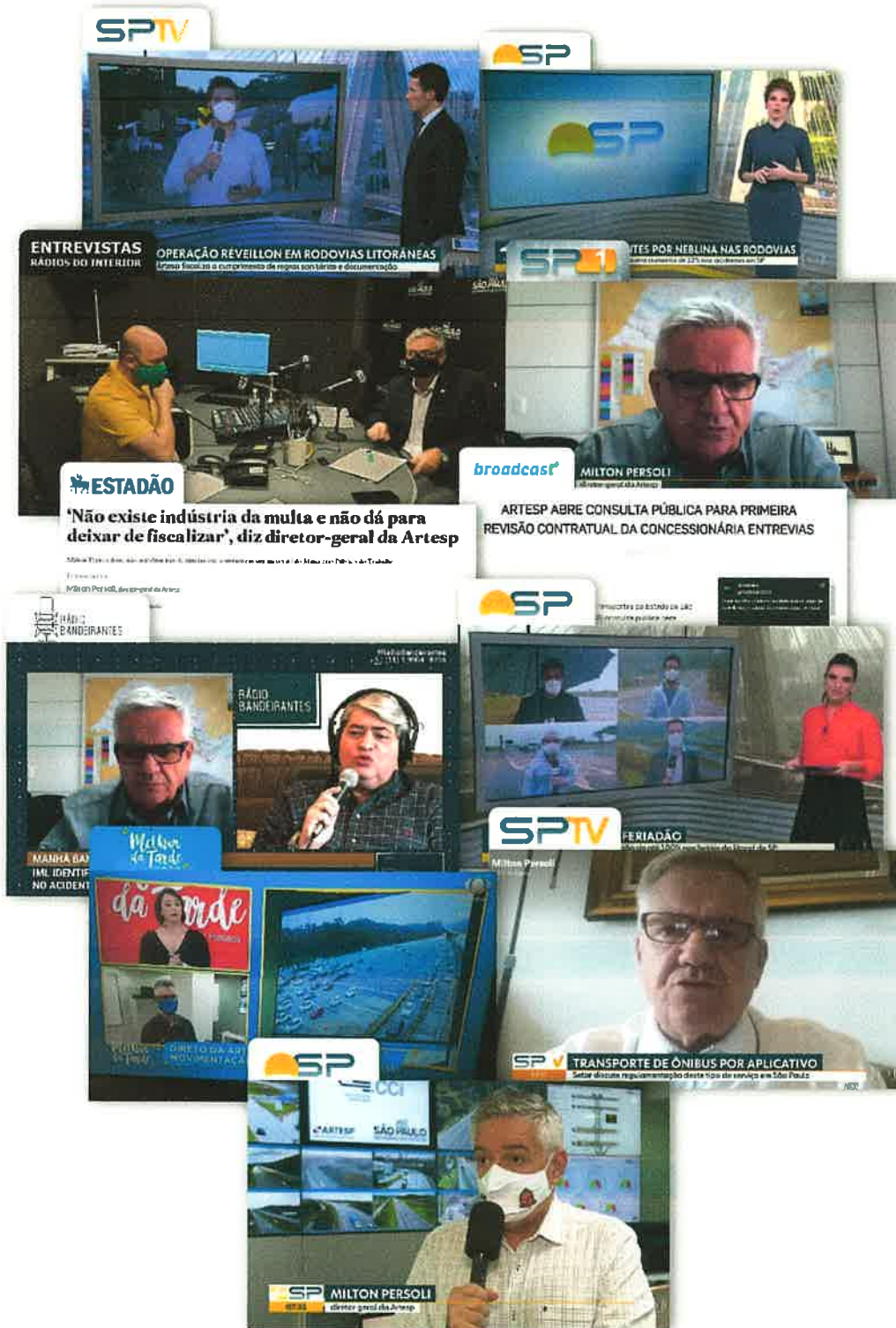
- **Criação de agência de notícias interna:** a partir de levantamento de informações nas áreas da ARTESP, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em duas notícias geradas e divulgadas diariamente, garantindo exposições qualificadas em mais diversos canais. Foram mais de 9.300 exposições em sete meses, média de 44 reportagens sobre a ARTESP por dia.
- **Criação de autoridade:** com maior produção de conteúdo, a ARTESP passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como segurança de rodovias, monitoramento, contratos de concessão,

modernização, inovação e tecnologia. Dessa forma, em 210 dias de atuação, 122 entrevistas qualificadas para grandes veículos foram concedidas.

- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da agência, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação técnica do órgão.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas, das concessionárias e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a fiscalização de ônibus regulares e fretamento.
- **Acompanhamento de operações de rodovia:** a equipe de jornalistas passou a integrar as equipes de fiscalização nas rodovias do Estado, acompanhando as ações e convidando jornalistas locais a conhecerem a realidade das regras para fazer transporte de passageiros em São Paulo. A iniciativa rendeu maior conhecimento dos jornalistas sobre as atribuições da ARTESP, mostrando os resultados práticos das operações.
- **Acompanhamento de eventos de inauguração:** comunicação em eventos como a inauguração de obras nas rodovias, organização de coletivas e de material a ser distribuído.
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente, em edições matutinas e vespertinas encaminhadas para os principais gestores da ARTESP.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quando do interior, acessado por toda a equipe de imprensa da ARTESP. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.
- **Qualificação de porta-vozes:** a **Pridea** identificou potenciais porta-vozes para cada área da ARTESP, além do diretor-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.



**Exemplos dos resultados obtidos na mídia:**



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten initials]*

## DETRAN: A REVOLUÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

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

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

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

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

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



**Resultados das divulgações na Semana Nacional de Trânsito de 2020:**

# SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO 2020

TOTAL DE MATÉRIAS: **1.146**

**100% POSITIVAS**

**82%  
A MAIS DO  
QUE EM  
2019**

CONFIRA OS DESTAQUES!



18/09/2020



23/09/2020



18/09/2020



23/09/2020



21/09/2020



18/09/2020



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

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

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

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

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



**Exemplos dos resultados obtidos na mídia:**



## **EDUCAÇÃO PAULISTA: A MAIOR REDE DE ENSINO DA AMÉRICA LATINA**

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

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

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



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

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

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

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

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

O atendimento da Educação estadual, com unidades de ensino presentes em todos os 645 municípios paulistas, gerou a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos

finais de semana. No dia a dia da Agência, no atendimento à Secretaria da Educação, além do relacionamento com a mídia municipal, estadual e nacional, foi preciso criar soluções para atender a demanda de uma enorme comunidade interna e dos próprios gestores da maior escola da América Latina.

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

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



**Exemplos de produtos digitais desenvolvidos:**





**Exemplos de produtos impressos desenvolvidos:**





Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



## SEGURANÇA PÚBLICA: TRANSPARÊNCIA E GERAÇÃO DE ÍNDICES

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

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

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

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



## Exemplos de capas das revistas Veja e Veja São Paulo:



## IPT (INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS)

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

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

O desafio, portanto, foi dar luz aos estudos, pesquisas, estrutura e seriedade do Instituto, mostrando que, para além de situações que naturalmente colocavam a instituição na mídia, havia uma inteligência ali embarcada

que merecia ser noticiada de maneira permanente. O mapeamento das principais iniciativas e o diálogo permanente com pesquisadores e profissionais do Instituto permitiu um trabalho consistente junto à imprensa e resultados que podem ser verificados abaixo, na compilação de algumas das principais matérias veiculadas.

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

Alguns exemplos de reportagens:



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



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

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

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

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

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

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

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

O trabalho foi fundamental para mapear iniciativas e criar uma agenda positiva para a entidade, que antes atuava basicamente atendendo demandas da imprensa. Foi possível, assim, dar mais visibilidade ao trabalho



realizado e ampliar o diálogo com os diferentes públicos com os quais a EMAE se relaciona. Também foram realizados encontros de relacionamento com a mídia e uma forte interlocução com formadores de opinião para apresentar a empresa.

**Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:**



**NA CAPITAL PAULISTA**

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

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

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

Entre as principais atividades, destacamos:

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

comunicação de diversas entidades. Com isso, os materiais produzidos pela equipe da Agência também foram disseminados em canais internos dessas instituições;

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



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

#### Peças produzidas:



**Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:**





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

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

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

Entre as atividades realizadas estão:

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

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

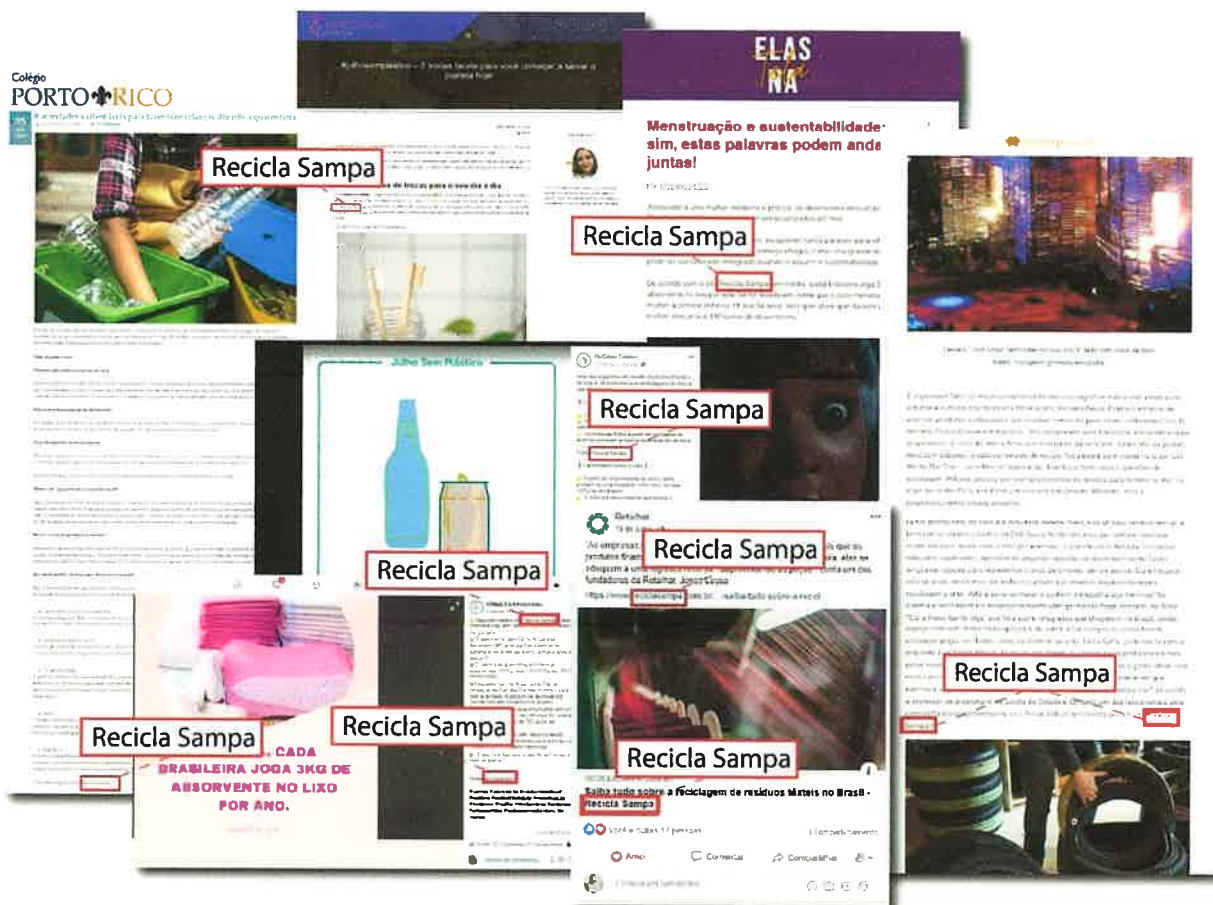
trabalho consistiu na cobertura e produção de novos conteúdos sobre os eventos para o site que totalizaram em 57 ações acompanhadas e veiculadas;

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





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



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

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

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



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

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

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

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

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

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:

**Desrespeito à Lei Cidade Limpa em SP vira caso de polícia e 25 são indiciados**  
Investigação da polícia para apurar os responsáveis em projetos, obras e obras em andamento em vias de trânsito de acesso a de parte de obras

**Buracos nas calçadas geram 1.625 multas**  
A Prefeitura de São Paulo vai realizar serviços de abertura de buracos nas calçadas nas margens Pinheiros e Itaipava, das 23 às 4h, com tráfego reduzido por um mês. Serão realizados serviços de captação de resíduos, captação, pintura e limpeza de bocas de lobo. Cerca de 183 funcionários trabalharão em cada serviço.

**15 MIL LIXEIRAS NOVAS JÁ DEIXAM SP MAIS LIMPA**  
Algumas ruas em construção de layout de pedaleiros em duas mil pedaleiros e 2 pedaleiros em cada obra.

**Lei da calçada tem 13 multas por dia**  
A Prefeitura de São Paulo vai realizar serviços de abertura de buracos nas calçadas nas margens Pinheiros e Itaipava, das 23 às 4h, com tráfego reduzido por um mês. Serão realizados serviços de captação de resíduos, captação, pintura e limpeza de bocas de lobo. Cerca de 183 funcionários trabalharão em cada serviço.

**Obra de mansão no Morumbi arranca árvores e é multada pela prefeitura**  
Um empreendimento de luxo no Morumbi (foto), na oeste, foi multado em R\$ 500 mil por arrancar dez árvores sem a autorização da prefeitura, em uma área de 6.000 m². A construtora Lima Sampaio, responsável pela obra, disse que as intervenções respeitaram a lei.

**Prefeitura quer dobrar número de 'policiais-fiscais'**  
O prefeito anunciou um plano para 1.700 novos fiscais de trânsito, até 2017, para garantir a segurança e a limpeza das ruas.

**São Paulo tem 'xerife' para deixar a cidade limpa**  
A Prefeitura de São Paulo anunciou a nomeação de um novo chefe para a Superintendência de Serviços Urbanos (SUSU), responsável por garantir a limpeza e a manutenção das ruas da cidade.

**Operação abre-buraco**  
A Prefeitura de São Paulo vai realizar serviços de abertura de buracos nas calçadas nas margens Pinheiros e Itaipava, das 23 às 4h, com tráfego reduzido por um mês.

**Subprefeitura al reformar escadão**  
A Prefeitura de São Paulo vai realizar serviços de reforma de escadões em várias áreas da cidade, visando melhorar a acessibilidade e a segurança dos usuários.

**Entregues 3 novos ecopontos**  
A Prefeitura de São Paulo vai instalar três novos ecopontos em áreas de alta circulação de pessoas, visando facilitar a coleta de resíduos e promover a limpeza urbana.

**Prefeitura lança cartilha sobre nova lei da calçada**  
A Prefeitura de São Paulo lançou uma cartilha informativa sobre a nova Lei Cidade Limpa, explicando as regras e as consequências das infrações.

**Zona Leste**  
Bairro Abaixo

**Sãopaulo SUB**

**0 que diz a lei**  
A Prefeitura de São Paulo lançou uma cartilha informativa sobre a nova Lei Cidade Limpa, explicando as regras e as consequências das infrações.

## GOVERNO FEDERAL

### Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII)

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

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

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

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



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

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



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

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

**Exemplos de produtos e materiais produzidos:**







**Alguns exemplos de reportagens:**



**CULTURA**

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

## **AMIGOS DA ARTE: A MAIOR VIRADA CULTURAL DO PAÍS**

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

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

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

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

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



Alguns exemplos de reportagens:

**O REGIONAL**

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



**O GLOBO**

**RIO SHOW NO SOFA**

**Festival virtual gratuito reúne produções de 21 países**



**A TRIBUNA**

**BOM PROGRAMA**

**ISTO É**

**40 anos de história no palco**

**Tradições de Peruíbe em destaque na Virada SP**



**SOMOS IGUAIS**

**ESTADÃO Caderno2**

**40 ANOS DE HISTÓRIA NO PALCO**



**ESTADÃO Caderno2**

**40 ANOS DO SONHO DE ARTISTAS**



Handwritten marks and scribbles in blue ink, including a large 'A' and other illegible marks.

**Sesc TV**

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

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





## Selo Sesc

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

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



## Edições Sesc

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

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

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





## **Cine Sesc**

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

## **São Paulo Expo Samba**

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

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

## **Editora Contexto**

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

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



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

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



**saúde ciência**

**São Paulo está obesa e tem bronquite, diz médico**

EM NOVO LIVRO, PAULO GALDINO, DA USP, DEZ CIDADANIA AFETA A SAÚDE DA POPULAÇÃO



**Albis, Cultura**

**COMO MUDA O BRASIL**



**Des Manes**

**Régua e compasso**

**Lição**

**Marie, Jean-Jacques, História da Guerra Civil Russa (1917-1922). Explica a guerra entre os exércitos vermelho, branco e verde, que esteve na origem da criação da União Soviética. TRAD. Jayme Martini e Patrícia Reullard. INTROD. Jaime Pilsky. Contexto, 172 pp. R\$ 49,90**

**Leandro Karnal reúne suas crônicas**

Quilentas do 'Estado' fazem no livro os textos publicados no jornal nos últimos dois anos; 'aprendi muito'



**PERFIL**

Criado por Jaime Pilsky para levar acadêmicos a um público amplo, editora Contexto completa 30 anos sem ceder a apelos comerciais. Por Luis Antônio Gomes, para o Valor, de São Paulo

**Régua e compasso**

Com a régua, o planejamento; com o compasso, a realidade. Desempenha papéis no período de paz e guerra





**Lição**




**Marie, Jean-Jacques, História da Guerra Civil Russa (1917-1922). Explica a guerra entre os exércitos vermelho, branco e verde, que esteve na origem da criação da União Soviética. TRAD. Jayme Martini e Patrícia Reullard. INTROD. Jaime Pilsky. Contexto, 172 pp. R\$ 49,90**

56 Quatro clássico um setembro 2017

## PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

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



	<p><b>ARTESP</b></p> <p>A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.</p> <p>Atendimento: 06/05/2020 até o momento.</p>
	<p><b>DETRAN.SP</b></p> <p>A Pridea Comunicação assumiu o desafio de gerenciar a área de Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP. O órgão é responsável por planejar, gerenciar e executar ações relacionadas à documentação para condutores e veículos. Também fiscaliza e autua infrações de trânsito, produz estatísticas, promove educação e gera conscientização e está presente nos 645 municípios paulistas.</p> <p>O maior departamento de trânsito da América Latina é responsável por: 29% da frota do país, 30 milhões de veículos e 25 milhões de condutores registrados. Teve sua frota triplicada nos últimos 10 anos e lida com a maior transformação digital de sua história.</p> <p>Atendimento: 21/09/2020 até o momento.</p>
	<p><b>Secretaria Municipal de Educação de São Paulo</b></p> <p>Em dezembro de 2020, a Pridea assumiu o desafio de criar um projeto de comunicação para a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. A meta de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se alia à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.</p>

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



### **Grupo A Educacional**

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

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




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






### **BRG – Berkeley Research Group**




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

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


	<p><b>Edições Sesc</b></p> <p>Pautada pelo conceito de educação permanente e acesso à cultura, as Edições Sesc São Paulo publicam livros em diversas áreas do conhecimento. Em diálogo com a programação do Sesc, a editora apresenta um catálogo variado, voltado à preservação e à difusão de conteúdos sobre os múltiplos aspectos da contemporaneidade. Além dos títulos impressos, as Edições Sesc vêm convertendo seu catálogo em e-books que podem ser adquiridos em lojas virtuais como Livraria Cultura, Livraria Saraiva e Amazon, e em aplicativos do Brasil e do mundo como Google Play e Apple Store.</p> <p>Atendimento: 01/01/2018 a 01/01/2019.</p>
	<p><b>Selo Sesc</b></p> <p>Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online e reduz os lançamentos “físicos”), o Selo Sesc, pertencente ao Sesc São Paulo, surgiu em 2004 e oferece CDs e DVDs (além de versões em streaming) de música popular, instrumental, erudita e infantil, sempre seguindo a premissa de apoiar o registro de artistas que fazem a diferença e incentivar ações voltadas à educação e à diversidade de cultura.</p> <p>Atendimento: 01/02/2014 a 30/11/2019.</p>
	<p><b>Editora Contexto</b></p> <p>Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis, a Contexto é uma das mais importantes editoras brasileiras. Com 30 anos de existência, a empresa tem foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo.</p>



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

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

	<p>É uma importadora e distribuidora de produtos <i>pet</i> multimarcas. Busca constantemente, no mercado internacional, por produtos diferenciados, de alta qualidade, durabilidade e ótima apresentação. Única representante no Brasil da empresa Petco, a maior rede de produtos pet dos Estados Unidos.</p> <p>Atendimento: 01/06/2017 a 23/10/2018.</p>
	<p><b>KoneLoko</b></p> <p>O KoneLoko trouxe ao Brasil um conceito de alimentação da Bélgica. O modelo de lanchonete foca na oferta de batata frita no cone, com diferentes complementos, a preço justo e alta qualidade. Com unidades espalhadas pelo Estado, foca no bom atendimento, rápido e eficiente.</p> <p>Atendimento: 04/05/2011 a 05/07/2019.</p>
	<p><b>Incorplan Engenharia</b></p> <p>A Incorplan Engenharia nasceu no ano 2000. A companhia já participou de dezenas de obras e consolidou-se na área de engenharia e construção, sobretudo em intervenções de Edificações Públicas e em Restauro de Patrimônio Histórico, em todo o Estado de São Paulo. Atua com equipe própria para realizar instalações elétricas, hidráulicas e de ar-condicionado. Ou seja, uma estrutura completa, que atende a todas as exigências dos clientes.</p> <p>Atendimento: 12/03/2015 a 04/05/2017.</p>
	<p><b>FormArte</b></p> <p>A FormArte iniciou sua história há 20 anos, como Produtora Cultural, com foco em Educação. Com o passar dos anos, a Preservação da Memória e do Patrimônio Histórico se solidificaram em sua trajetória. Hoje, tem como desafio</p>

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

## ESTRUTURA FÍSICA; INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

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

### Estrutura Instalada

A **Pridea** tem como sede um espaço corporativo de 200 m<sup>2</sup> de área útil, localizado na zona Oeste da cidade de São Paulo, entre dois grandes polos comerciais, as Avenidas Faria Lima e Paulista, com excelente acesso ao transporte público e serviços. Em um ambiente totalmente adequado às necessidades específicas do



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

#### Assessoria de Imprensa

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

#### Redes Sociais, Produtos Gráficos, Produtos Digitais e Design Gráfico

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

#### Monitoramento de Imprensa, Coordenação Executiva e Produção de Relatórios

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

#### Diretoria

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

#### Departamento Administrativo e Financeiro

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

#### Departamento Técnico

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

### Sala de Reuniões e Videoconferências

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

### Material de Uso Comum

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

### Informática

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

### Sistemas Embarcados de Comunicação

- Mailing de Imprensa Maxpress

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

### Softwares

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

### Infraestrutura de TI Instalada

- 1 Link de internet NET 60MB
- 1 Link de internet TIM Live 100MB
- 1 Link de Voz VIVO 10 canais

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

### Demais Equipamentos

#### Telefonia

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

#### Imagem, som e vídeo

- 4 aparelhos de telefone celular Samsung
- 1 câmera fotográfica Olympus
- 1 câmera fotográfica digital GoPro 60 D e acessórios
- 5 câmeras fotográfica/vídeo Flip
- 1 câmera de vídeo DV Cam - PD 150
- 1 câmera digital de vídeo Samsung
- 1 câmera HD de vídeo - HVR z1n
- 1 VT DV Cam DSR 1
- 1 VT HD HVR M15
- 2 microfones lapela ECM 55b
- 1 kit de Luz (spots de luz fria, 2 microfones de mão, (Akai e Shure), 1 bateria de longa duração, cabos de áudio, prolongas, tripés, 1 mesa de áudio Behringer
- Acervo de vídeos



## SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

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

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

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

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

### **1 - DIAGNÓSTICO**

#### **Prazo de Execução:**

**Uma semana após a aprovação para início de trabalho**

De imediato, a **Pridea** iniciará um diagnóstico da atual estrutura de comunicação, sobremaneira de imprensa, da **Secretaria de Logística e Transportes**. Tal ação será facilitada devido à experiência da pasta na área pública. Nesta fase será possível explorar os desafios, as variáveis e os eventuais problemas que possam servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

Para o diagnóstico, os profissionais realizarão uma “imersão” em todas as áreas ligadas à **SLT**. Assim, serão detalhados os objetivos a serem alcançados, com a elaboração de um cenário macro, que inclui a análise

retroativa da exposição em mídia e a interpretação de pesquisas desenvolvidas pela **Pridea** junto a jornalistas e formadores de opinião, conforme os detalhes abaixo explicitados:

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

## 2 - PLANEJAMENTO

### **Prazo de Execução:**

**5 dias após o diagnóstico**

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

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

## 3 - IMPLEMENTAÇÃO

### **Prazo de Execução:**

**Início imediatamente após o término do planejamento**

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

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

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

#### 4 - AVALIAÇÃO

##### **Prazo de Execução:**

##### **Imediato, ocorrendo em concomitância à implementação**

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

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

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

##### **Metodologia de Atendimento**



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

No total, **10 jornalistas** estarão à disposição da **Secretaria de Logística e Transportes** e da **Secretaria Especial de Comunicação**, conforme determina a carga horária no edital, para serem alocados onde a pasta definir, para melhor aproveitamento de informações. Esses profissionais também estarão em constante contato com os demais colaboradores da **Pridea Comunicação**, de diferentes experiências, formações e capacidades, para uma troca de informações que tem se mostrado sempre proveitosa.

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

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

De forma sucinta, a **Pridea** elenca abaixo processos para o pronto atendimento que poderão ser implantados conforme a definição da **SLT**, garantindo, assim, o intercâmbio permanente de informações, avaliação de prioridades, fornecimento de rápidas respostas à imprensa e oportunidades de ações junto à mídia.

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

Todos esses procedimentos poderão ocorrer de maneira online, se assim desejar a **Secretaria de Logística e Transportes (SLT)** e a Secretaria Especial de Comunicação.

## Modelo

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

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

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

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

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

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

## Treinamento de Porta-Vozes e Mailing

A utilização de porta-vozes é constante, já que é valorizada pela imprensa, exatamente por propiciar explicação pormenorizada sobre o assunto tratado. Todos os porta-vozes são previamente selecionados e

capacitados, exatamente para que passem de maneira clara a mensagem mais correta. O objetivo é fixar mensagens, alinhar discursos e reforçar técnicas que proporcionem mais eficácia aos porta-vozes em dezenas de situações, inclusive gestão de crise.

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

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

### Relatórios

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

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

- Sumário executivo: texto resumindo o acontecido em relação à imprensa no mês, com as ações tomadas pela Assessoria;
- Resumo numérico de atividades: tabela com números relativos a atendimentos à imprensa, follow-ups, apurações, textos publicados e materiais produzidos;

- Atendimentos a pedidos de veículos: tabela com a quantidade de atendimentos à imprensa, com separação para cada jornal, TV, rádio, site de notícias e emissoras de TV de todo estado;
- Follows realizados: cópias de todos os follow-ups realizados no período, incluindo o release enviado à imprensa;
- Atividades desempenhadas dia a dia: com separação por data, todas as atividades dos profissionais realizadas em cada dia do mês;
- Análise de exposição na mídia: gráficos que demonstrem a avaliação diária de reportagens, com, além do total, segmentações por tipo de veículo, órgão afetado, cidade veiculada e veículo;
- Matérias publicadas na mídia: cópia de todas as reportagens publicadas na imprensa sobre o órgão, no período;
- Papers produzidos;
- Eventos e Produtos: lista explicativa de todos os eventos realizados pelo órgão, com suas respectivas informações;
- Planejamento Estratégico e Operacional: descritivo da elaboração de ações estratégicas a curto, médio e longo prazo;
- Monitoramento de Imprensa: resultado no período do monitoramento de imprensa, identificando o veiculado sobre o assunto no mês anterior.



**Divisão da Equipe – 10 Profissionais**

• **1 Gerente de Conta**

Será chefe da equipe, sempre em trabalho conjunto com os profissionais da **Secretaria de Logística e Transportes** e da Secretaria Especial de Comunicação. Durante todo o dia, o contato entre a Secom e o gerente de conta será rotineiro. Este profissional será o responsável por manter a linha de conduta da equipe fiel ao indicado pela Secretaria Especial de Comunicação, além de avaliar e planejar estrategicamente, em conjunto com os profissionais da **Pridea**, contatos e reuniões entre membros dos órgãos e da imprensa e apoiar a seleção e qualificação de porta-vozes para contato com profissionais de mídia.

Juntamente com os colaboradores alocados na Pridea, o coordenador-geral terá reuniões semanais com gestores da SLT para definições de pautas, agenda da semana e ajustes que se fizerem necessários.

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

• **1 Coordenador de Imprensa – Manhã**

Profissional responsável pelo intercâmbio direto entre o gerente de conta e os demais integrantes da equipe de assessoria de imprensa. Também será responsável pela elaboração e estratégias de divulgação das ações e projetos da Pasta, atuando também na avaliação dos resultados obtidos. Manterá diariamente o fluxo de informações entre as equipes da manhã e da tarde. Todas as respostas passadas à imprensa, assim como sugestões de notas ou dados, deverão ser autorizadas pelo coordenador que estará constantemente em contato com os gestores da SLT e da Secretaria Especial de Comunicação. Também será responsável pelo chamado fechamento do dia, atuando tanto na produção do relatório que subsidiará a Secretaria Especial de Comunicação com as demandas do dia seguinte

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

• **1 Jornalista de Dados**

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

**Jornalista: Wania Aparecida Torres da Silva**

- **2 Assessores de Imprensa (manhã)**

Estes profissionais serão responsáveis pela interlocução direta com jornalistas, veículos de mídia e formadores de opinião no período da manhã. Estarão em contato respondendo a todas as demandas e oferecendo pautas e sugestões de conteúdos jornalísticos que possam virar matéria. Dará todo suporte à Gerência de Imprensa e manterá os profissionais da Secretaria Especial de Comunicação informados sobre o trabalho.

**Assessores: Lázaro Silva Bueno de Oliveira**

**Ana Lucia Venerando**

- **3 Assessores de Imprensa (tarde)**

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

**Assessores: Sergio Leopoldo Vaz**

**Décio Trujilo Jr**

**Sergio Antonio Corrêa Vaz da Silva**

- **Jornalista para Informações e Papers**

Um jornalista ficará exclusivamente incumbido para o levantamento de informações relativos à pasta e aos temas do setor a fim de elaborar papers com dados relevantes e atualizados. O objetivo é subsidiar o secretário e demais representantes da entidade para as participações em eventos, reuniões e encontros com a imprensa. Também ficará incumbido de envio papers para Secom e para as Unidades de Imprensa do Governo. As informações colhidas serão compartilhadas com os demais profissionais da equipe de assessoria de imprensa

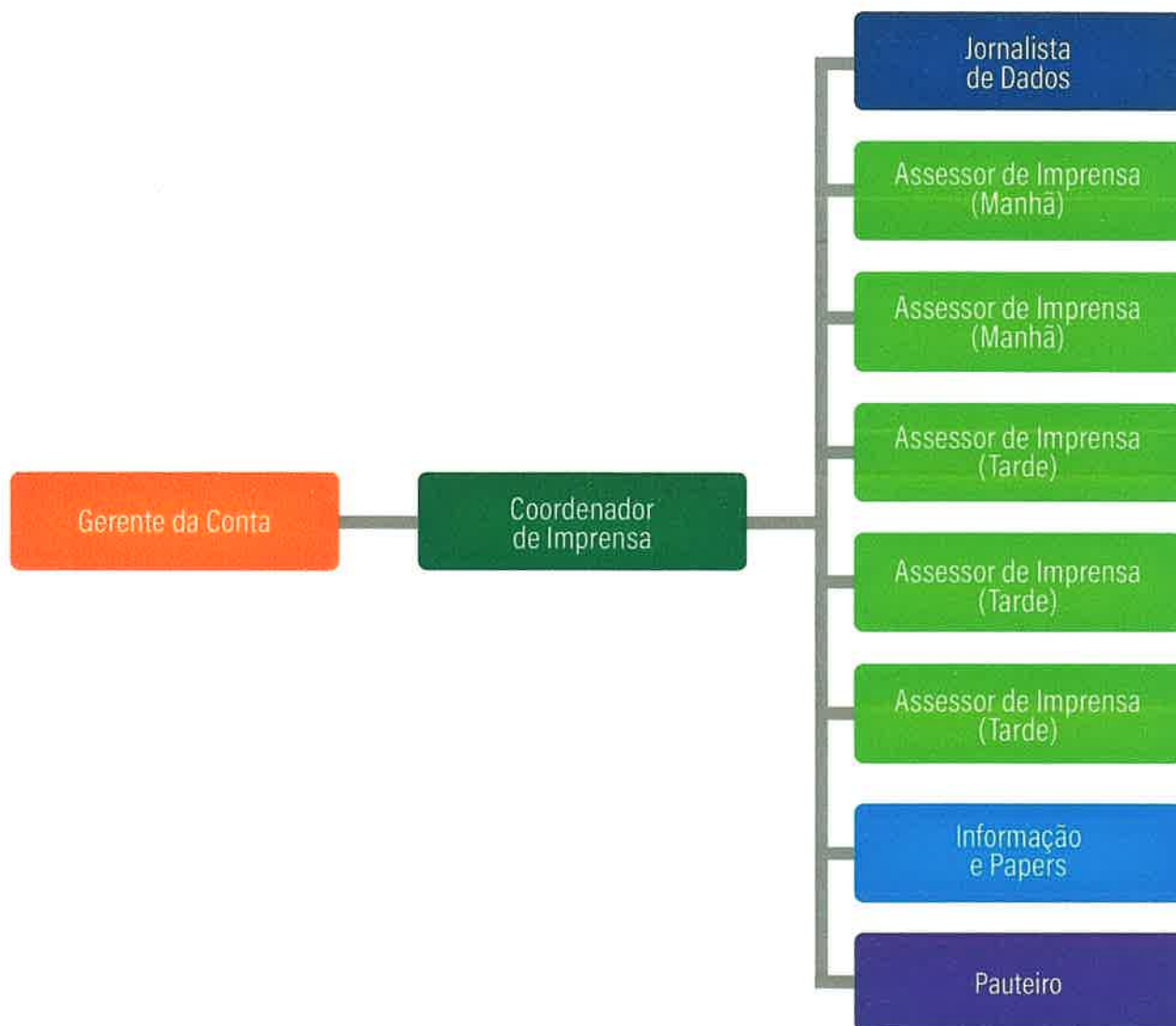
**Jornalista: Marcelo Moreira da Silva**

- **1 Pauteiro**

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

**Jornalista: Luciana Torres Canarim**

Organograma Equipe Secretaria de Logística e Transportes





## QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE DE PROFISSIONAIS

### Mais de 12 anos com pós-graduação

#### **1-Flávia Gonzalez de Souza Braz**

Flávia Gonzalez de Souza Braz é formada em jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo, Flávia Braz tem MBA em Marketing Digital pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Realizou diversos cursos na área, como o Training Program Google Analytics, Gerenciamento de Projetos e Planejamento de Comunicação em Meios Digitais, entre outros.

Tem experiência em comunicação estratégica na área pública. De setembro de 2007 a fevereiro de 2009 atuou como Coordenadora da Assessoria de Imprensa da Secretaria de Estado da Educação de São Paulo. Foi responsável pela implantação do projeto digital da pasta, reformulando o Portal e criando a estratégia digital das redes sociais de um universo de quatro milhões de alunos e cerca de cinco mil escolas, entre 2011 e 2013. Coordenou o setor de Comunicação e Imprensa da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo entre 2013 e 2015.

Atuou em campanhas políticas e foi Gerente de Conteúdo na A2ad Comunicação. Participou da implantação de diversos projetos na área pública e privada. Coordenou algumas campanhas, entre elas o programa de Proteção ao Pedestre da Prefeitura de São Paulo, em 2011, no planejamento estratégico de redes sociais da CET e SPTrans. Atuou na Assessoria de Imprensa Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo, entre 2009 e 2010, e na coordenação da comunicação do Instituto Butantan. Também foi editora de revistas institucionais da pasta.

Passou pelo Diário do Grande ABC, onde atuou de janeiro a setembro de 2007 como repórter e colunista política. Iniciou a carreira na Rádio Metropolitana como produtora e assessora de imprensa. Desde fevereiro de 2016 até o presente momento é Diretora Executiva e Coordenadora de Imprensa da Pridea Comunicação, responsável pela elaboração e implantação das estratégias de comunicação da Agência. Além de coordenar e participar de encontros de relacionamentos com representantes da imprensa nacional.

#### **2-Juliana de Sordi Gattone**

Juliana de Sordi Gattone formou-se em 2000 em Comunicação Social, com Habilitação em jornalismo. Possui MBA pela Fundação Getúlio Vargas. A profissional tem ampla experiência nos principais setores – poder público, grande imprensa, agências e corporações, atua há 25 anos no mercado desenvolvendo e liderando projetos de comunicação para diversas áreas (saúde, consumo, política, turismo, lazer, construção civil, serviços, varejo).

No poder público foi secretária-adjunta de comunicação na Prefeitura de Santo André. Atuou como repórter e editora-chefe no Diário do Grande ABC de 2000 a 2009. Integrou a equipe de novos projetos no Grupo Estado de 2010 a 2012. Foi gerente de atendimento de relações com a mídia de 2012 a 2013 na agência E2MPD PR Comunicações. Na CDN Comunicação, atuou como Gerente de Comunicação de 2015 a 2017. Ainda trabalhou na Máquina Cohn & Wolfe e InnerVoice Comunicação Essencial, ocupando cargos de gerência e direção de projetos. Na Pridea Comunicação, atualmente, é gerente executiva, atendendo clientes como o Detran e a Artesp.

#### De 8 a 12 anos com pós-graduação

##### **3-Wania Aparecida Torres da Silva**

Wania Aparecida Torres formou-se em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade de Mogi das Cruzes em 1994. A profissional também possui pós-graduação em Gestão de Processos Comunicacionais pela Universidade de São Paulo (USP). Foi repórter do jornal Folha Dirigida entre 1992 e 1994. Trabalhou também na Editora Jornal Livros do Brasil onde atuou de 1994 até 2001. Em 2002, foi para a Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas). A jornalista também atuou como assessora de imprensa da Fundação Faculdade de Medicina de 2003 a 2007. Possui ainda ampla experiência no setor público. Foi coordenadora de comunicação da Secretaria Estadual de Educação de 2007 a 2012. Teve a mesma função na Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano (CDHU) de 2013 a 2016.

#### Mais de 12 anos sem pós-graduação

##### **1-Lázaro Silva Bueno de Oliveira**

Formado em Filosofia pela Universidade de São Paulo, Lázaro Silva Bueno de Oliveira, jornalista profissional de acordo com o Decreto Lei nº 972/69, atuou como repórter da revista O Bondinho de 1970 a 1972, na área de cultura. Em 1972 foi repórter de variedades do Jornal da Tarde, em 1974 teve uma passagem

pela Rádio Mulher, como apresentador e produtor e no mesmo ano transferiu-se para a TV Globo, onde trabalhou até 1980 como repórter de cidades e variedades do jornal Bom Dia São Paulo, além de participar em edições especiais do Jornal Hoje. Em 1977 trabalhou na Folha de S. Paulo como repórter de cidades e cultura. Na Rádio e TV Bandeirantes foi locutor e entrevistador nas áreas de cidades, urbanismo, consumo e cultura entre 1980 e 1985. Ainda em 1985 transferiu-se para Fundação Padre Anchieta, onde ficou até o ano 2009. Nessa empresa atuou na criação e montagem do setor de jornalismo da então nova Rádio Cultura. Já na TV Cultura foi repórter de cultura e de cidades e chefe de reportagem do programa Metrópolis. Ainda organizou e dirigiu coberturas de eventos como a FLIP (Festa Literária Internacional de Parati) e colaborou com programas como o Roda Viva.

#### **5- Ana Lucia Venerando**

Ana Lucia Venerando é formada em Comunicação Social em 1987, com habilitação em Jornalismo. Tem ampla experiência no atendimento de contas públicas e privadas de diversos segmentos, principalmente nas áreas de Educação e Cultura. De 1997 a 2010, foi assessora de imprensa da Secretaria de Estadual de Educação, atuando no atendimento à imprensa de todo o País e na divulgação dos programas da pasta, além de produzir conteúdo editorial (releases, notas, artigos e texto para o site).

Também trabalhou como revisora e repórter da Editora Técnica Especializada, empresa responsável pelas revistas “Carga & Transporte” e “4x4 Off Road”. Também atuou como repórter no jornal Diário do Grande ABC nas editorias de Cidade, Geral, Polícia e Cultura, de 1996 a 1997. Desde 2010, trabalha na Pridea Comunicação como gerente de relações com a mídia. Responsável pelo gerenciamento de clientes da Agência, como por exemplo da Organização Social Amigos da Arte, Organização Social ligada à Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo.

#### **6-Marcelo Moreira da Silva**

Marcelo Moreira da Silva formou-se em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, em 1990. O profissional atuou em importantes veículos de imprensa, entre eles no jornal Folha de S. Paulo, como repórter e editor assistente de editorias como Economia e Política. Trabalhou nas mesmas editorias no Grupo O Estado de S. Paulo. Também foi editor-executivo do extinto jornal Gazeta Mercantil, atuando nos cadernos Nacional e Economia. Foi ainda editor-executivo do jornal Diário do Grande ABC. Na TV Gazeta, foi editor do programa “Dinheiro Vivo”. O jornalista foi premiado pela Info Exame 2000 de melhor serviço WAP, Top 3, na categoria WAP no Ibest 2001 e Top 10 na categoria lazer e serviços do Ibest 2001.

### **7- Sergio Leopoldo Vaz**

Formado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero, Sérgio Leopoldo Rodrigues começou sua carreira como repórter de cidades, cultura, política e economia do jornal Última Hora, onde permaneceu de 1976 a 1977, transferindo-se para o Grupo Estado em 1977. Lá, foi repórter especial de geral e economia do Jornal da Tarde até o ano de 1988. No período de 1992-1995 integrou a equipe da Gazeta Mercantil, onde foi editor-assistente e repórter. No ano de 1996 trabalhou na Rádio Excelsior como coordenador de jornalismo, e na TV Manchete como chefe de reportagem. No mesmo ano ainda participou do processo de criação da Rádio Globo Rural, do Grupo Globo de Rádio. De 1998 a 2012, integrou a equipe do Diário do Comércio, jornal da Associação Comercial de São Paulo, onde passou pelas funções de repórter especial de economia e política, chefe da assessoria de comunicação da entidade, e finalmente chefe de gabinete e assessor da presidência da ACSP.

### **8- Décio Trujillo Junior**

Jornalista profissional há 38 anos, Décio Trujillo Junior formou-se pela Faculdade Cásper Líbero de São Paulo. Fez pós-graduação no Curso Master de Jornalismo para Editores pelo Instituto Internacional de Ciências Sociais (IICS) de São Paulo, em convênio com a Universidad de Navarra (Pamplona/Espanha).

Possui ampla experiência em veículos impressos. De 1980 a 1986 atuou como produtor e editor da Divisão de Publicações Infanto-juvenis da Editora Abril. E de 1988 a 1990 foi editor do Guia do Estudante da Abril. Foi repórter, chefe de reportagem e editor de Geral das editorias de educação, saúde, religião, polícia, cidade, ciência, comportamento de 1990 a 1992 no Jornal da Tarde.

No jornal O Estado de S. Paulo, atuou como chefe de reportagem e editor de Geral entre 1992 a 1998. Depois ingressou na Gazeta Mercantil onde foi editor dos cadernos Grande São Paulo e Turismo, entre 1998 e 2000.

Em 2001, foi chefe de redação na Gazeta Mercantil Informações Eletrônicas. Em 2002 voltou a Gazeta Mercantil como editor do caderno Estado de São Paulo e chefe da editoria Gazeta do Brasil, de economia regional. Em 2004, foi editor de política. Também foi editor do Jornal da Tarde entre 2007 e 2012. Neste mesmo ano, retornou ao Estado de S. Paulo como coordenador do projeto do portal do Jornal do Carro. Foi também chefe de redação da Agência Brasil. Na área pública coordenou a assessoria de imprensa da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania do Estado de São Paulo de 2004 a 2005.

### **9- Sergio Antonio Corrêa Vaz da Silva**



Começou na profissão em 1972, no antigo Jornal da Tarde, onde ficou até 1984. Embora seu registro funcional aponte o cargo de Noticiarista, utilizado à época pela empresa para definir várias funções jornalísticas, nesse período foi repórter, copydesk e editor-adjunto da editoria de Reportagem Geral. Integrou o grupo que fundou a revista Afinal, da Editora C, na qual foi editor de Geral, de Cultura e redator-chefe entre 1984 e 1988. Neste último ano regressou ao Grupo Estado, onde ficou até 1992 como chefe de redação-adjunto da Agência Estado. Em março de 1993, assumiu o cargo de redator-chefe da revista Marie Claire, da Editora Globo, onde permaneceu até fevereiro de 1995. No mês seguinte retornou à Agência Estado, desta vez como Editor, cargo que ocupou até 2001, quando assumiu a função editor-chefe, responsável pelo portal do jornal O Estado de S. Paulo. De 2004 a 2006, como editor-executivo do jornal O Estado de S. Paulo, atuou como editor de texto. Possui ampla experiência na elaboração de textos jornalísticos.

#### 10-Luciana Torres Canarim

Luciana Torres Canarim é jornalista formada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atuou em veículos impressos e TVs. Além de gerenciamento de equipe, contas de clientes, estratégia, gestão de crise, assessoria de imprensa e mídia trainig. Também trabalho em edição de notícias e transmissões ao vivo de telejornais, produção de conteúdo para impressos, portais redes sociais e conteúdo para a imprensa. De 1992 a 2003, trabalhou na TV Cultura na chefia de reportagem e como editora de economia do Jornal 60 Minutos. No programa Matéria Pública, também da TV Cultura, foi editora de Internacional. Em 1990, atuou como editora de geral TV Globo. Em 1997, voltou à TV Globo como editora free-lancer em programas especiais. Em 1991, foi redatora do caderno Cotidiano da Folha de São Paulo. Foi diretora de produção da TV Bandeirantes de 2005 a setembro de 2010



São Paulo, 23 de junho de 2021

  
Pedro Issa  
Administrador  
Atelier de Imagem e Comunicação

CPF.: 370.103.258-04

RG.: 43.774.274