

Envelope nº 1 - Proposta Técnica

Concorrência nº 04/2021

UNIDADE CONTRATANTE

Pridea Comunicação Ltda
CNPJ: 08.353.988/0001-84





EXERCÍCIO CRIATIVO

**“Centro de Integração da Cidadania
– CIC**

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

3.2.1.1 Raciocínio Básico

Hoje, os governos mais capacitados são aqueles conectados com as melhores práticas de gestão mundiais, orientando suas políticas públicas em prol de um desenvolvimento sustentável que englobe todas as atividades humanas e integre o crescimento econômico à justiça social, conforme estabelecido pela Agenda 2030¹ da Organização das Nações Unidas (ONU) - da qual o Estado de São Paulo é signatário e ganhou destaque internacional pelo pioneirismo.

Mesmo diante de um cenário de retomada econômica com as perspectivas de apaziguamento da andemia da COVID-19 - o Produto Interno Bruto (PIB) paulista cresceu 1,7% no primeiro trimestre de 2021 e tem projeção de 7,5% para o ano², maior do que a estimativa³ de 4,5% para o PIB brasileiro -, os paulistas não são imunes ao impacto da maior crise sanitária do século. Segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV)⁴, a média das rendas individuais do trabalho na população de idade produtiva, incluindo os informais e os sem ocupação, caiu 10,89% na pandemia, sendo que a queda de renda da metade mais pobre foi 20.81%, quase duas vezes maior que a da média.

Nesse âmbito, o incentivo contínuo à cidadania é uma das principais medidas em direção ao desenvolvimento sustentável e a tempos melhores para as populações mais vulneráveis. Mobilizar as pessoas e conscientizá-las sobre seus direitos e deveres e sobre como podem transformar suas comunidades é especialmente importante durante tempos difíceis, de crises como a da pandemia de COVID-19, já que é dessa mudança de comportamento que dependem os esforços para combater grandes obstáculos, de acordo com análise do Banco Mundial⁵ que visa ao engajamento de cidadãos.

O pleno exercício da cidadania pelas pessoas - sob condições democráticas, salienta o documento-, estabelece uma relação direta entre a melhoria da qualidade de vida da população e o aprimoramento dos serviços públicos, além de melhor governança, inclusão social e empoderamento dos mais vulneráveis. No entanto, os resultados dessa interação mutuamente positiva variam de acordo com diferentes contextos - sociais, políticos, econômicos, ambientais, culturais, geográficos e de dinâmicas de gênero. E dependem da capacidade mobilizadora do Estado.

¹ Agenda 2030 da ONU bit.ly/3h1MB9u

² Release da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado bit.ly/3hmCuuC

³ Reportagem da "Infomoney" sobre o PIB bit.ly/3qM9kK5

⁴ Pesquisa da Fundação FGV bit.ly/2TZlSSc

⁵ Documento do Banco Mundial sobre cidadania bit.ly/3wCfUns

Alicerce das principais iniciativas relacionadas à cidadania no Estado de São Paulo, a **Secretaria da Justiça e Cidadania (SJC)** surge como *player* fundamental ao atuar para engajar os cidadãos partindo da visão de que o acesso à justiça igualitária é direito primordial do ser humano, conforme fundamento no Programa Estadual de Direitos Humanos⁶.

Em constante articulação com instituições ligadas à justiça, à cidadania e aos direitos humanos, a **SJC** atende e orienta os cidadãos de perto, com uma abordagem inclusiva e direta, e tem como uma de suas principais frentes o **Centro de Integração da Cidadania (CIC)**⁷, estabelecido em 2010 e desenvolvido pela **Coordenação de Integração da Cidadania**.

O programa oferece à população, especialmente às comunidades de áreas de maior vulnerabilidade social, uma gama de serviços gratuitos que resultam da integração, em um único espaço, de parceiros tão diversos como Defensoria Pública, Polícias Civil e Militar, Fundação PROCON, Instituto de Medicina Social e de Criminologia (Imesc), Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Detran, Conselho Tutelar, Banco do Povo Paulista, INSS, Instituto de Pesos e Medidas, prefeituras, universidades públicas e privadas, além de organizações não governamentais.

O intuito das 17 unidades **CIC** instaladas na Capital, na Grande São Paulo, no litoral e no interior do Estado, além dos postos itinerantes que fazem parte do programa, é oferecer oportunidades de participação popular e formas alternativas de acesso à justiça, fortalecendo assim as redes e as ações comunitárias que visam ao desenvolvimento local e à educação para a cidadania e os direitos humanos. Em cada unidade **CIC**, além do acesso a serviços públicos, por exemplo, são oferecidas palestras sobre temas diversos; oficinas culturais; cursos profissionalizantes; orientações sociais e jurídicas; mediação comunitária de conflitos; atividades educativas; e emissão de documentos pessoais, como carteira de identidade, carteira de trabalho e segunda via de certidões.

Os projetos itinerantes do **CIC** reforçam a estratégia de inclusão ao levar os serviços para áreas com alta vulnerabilidade socioeconômica, melhorando as condições de vida do bairro, da cidade e do Estado. O **"Cidadania em Movimento"** busca aproximar o Estado das comunidades, com oferta de serviços como documentação; orientação jurídica, social e previdenciária; mutirão de perícias; balcão de emprego; apresentações culturais, oficinas e brincadeiras para crianças; orientações e serviços de saúde; atividades de beleza e bem-estar. O **"Sabadania"** oferece serviços não prestados durante a semana, como triagem e encaminhamento odontológico e oftalmológico; exame de pressão arterial; corte de cabelo; orientação social

⁶ Programa Estadual de Direitos Humanos bit.ly/3xMFRIX

⁷ Página do Centro de Integração da Cidadania bit.ly/3e8ewmp

e jurídica; apresentações de teatro e mostras de artesanato; dentre outras iniciativas. E o “**Casamentos Comunitários**” tem como objetivos a regularização da situação civil em comunidades carentes, o fortalecimento do vínculo familiar e a realização do sonho dos casais que não conseguem arcar com os custos do casamento no civil.

Reforçar e ampliar o entendimento dos cidadãos quanto ao seu papel na construção de um futuro para todos, sustentável, e também quanto à função primordial do **CIC**, da **SJC**, para que essa realidade seja atingida, são ações que devem partir de um planejamento de comunicação cuidadoso.

De acordo com análise qualitativa de mídia (*media audit*) realizada pela **Pridea Comunicação** para esta concorrência, que realizou entrevistas junto a profissionais da imprensa local e nacional, ainda há pouca percussão e entendimento sobre os esforços da pasta relacionados à promoção da cidadania na abrangência que o tema suscita. Tanto uma editora da revista “IstoÉ” quanto um repórter do portal “G1”, ao serem questionados sobre qual imagem têm da **SJC**, mencionaram o envolvimento da secretaria em debates sobre direitos humanos e questões envolvendo minorias, como racismo e feminismo. Um jornalista da TV Gazeta mencionou a atuação da pasta em denúncias em geral, como as que envolvem “fraudes na vacinação”. Nenhum dos consultados citou o enfoque da pasta na prestação de múltiplos serviços para os cidadãos, a atuação amparada em parcerias, nem a capilaridade de suas ações no Estado visando chegar nas populações mais vulneráveis dos pontos de vista socioeconômico e cultural – aspectos que, portanto, devem ser priorizados no trabalho de imagem desta Secretaria.

Sendo a comunicação a base para o melhor entendimento dos cidadãos sobre as ações de governo, a divulgação do **CIC** deve passar, fundamentalmente, pelos propagadores de informação e opinião - imprensa influenciadores. Para trazer maior visibilidade aos Centros; seus projetos; e aos impactos positivos dos serviços e ações para a população e para a formação de cidadãos engajados e atuantes, a equipe da **Pridea** planejou uma divulgação em larga escala das políticas públicas da **SJC** por meio do **CIC**.

Estruturamos um **Plano de Ação**, estabelecido em premissas e pilares descritos a seguir, em que o programa de cidadania do governo se torna mais reconhecido entre os paulistas e também nos âmbitos nacional e internacional, destacando a **SJC** por sua visão estratégica, humanista e de longo prazo. O Plano deve colocar em prática uma ampla divulgação multiplataforma das iniciativas criadas para essa finalidade, incentivando assim o engajamento da sociedade e o reconhecimento do trabalho fundamental desta Secretaria e do Governo do Estado de São Paulo.

3.2.1.2. Plano de Ação

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

As ações do governo estadual, por intermédio da **Secretaria da Justiça e Cidadania (SJC)** e de seu programa “**Centro de Integração da Cidadania – CIC**”, ganham importância ainda maior diante de uma crise sanitária sem precedentes, que deixou e deixará marcas na sociedade, especialmente nas populações mais vulneráveis. Para combater esses impactos negativos e reforçar os aspectos inclusivo e igualitário que amparam o desenvolvimento sustentável almejado pelo Estado, é fundamental repensar e aprofundar a percepção, pela mídia e pelo público, das políticas que estimulam o exercício cidadão e sua relação com um futuro melhor.

Apesar dos esforços já empreendidos pela atual equipe de comunicação, a **Pridea** acredita que é possível explorar ainda mais o potencial, especialmente junto à imprensa e aos influenciadores em geral, das ações em prol da cidadania no contexto paulista. É preciso tornar mais claro o escopo do **CIC**, com enfoque em múltiplos serviços e em atividades educativas e culturais, e aumentar a adesão popular a essas iniciativas.

Sugerimos, para tanto, buscar uma maior repercussão das pautas relacionadas ao programa nos meios tradicionais de comunicação – jornais, rádio, televisão, tanto regionais quanto nacionais e internacionais, dependendo do caso – e também trabalhar na construção de uma forte presença online. A estratégia posiciona melhor a instituição para o atendimento das crescentes demandas digitais do nosso tempo -segundo estudo da Comissão Europeia⁸ sobre serviços governamentais, cada vez mais os cidadãos procuram serviços que resolvam seus problemas, mais personalizados, que propiciem participação e engajamento em discussões públicas. Com a pandemia, a tendência foi antecipada ainda mais com as restrições de atendimento presencial nas repartições públicas⁹ para combater o coronavírus. Por fim, o reforço da presença online alavanca a própria presença física do programa, que tem na atuação em campo uma de suas características principais.

Observamos que nas mídias sociais - o meio preferido de obtenção de informação por um público amplo e jovem¹⁰ -, não há representação específica, ou canais oficiais, para o **CIC**, ou, pelo menos, com esta alcunha - no Youtube, por exemplo, há o “Canal da Cidadania”¹¹ da **SJC**, mas que abrange notícias de outros programas e projetos para além do **CIC**. Apesar de boa parte do público atendido pelo programa ser excluído digitalmente, ou seja, sem acesso ou com alcance reduzido à internet¹², consideramos que importantes

⁸ Estudo da Comissão Europeia bit.ly/3xBcPpd

⁹ Release do Governo do Estado de São Paulo bit.ly/3ASHKzi

¹⁰ Matéria do “Meio Mensagem” sobre consumo de informações pelos jovens bit.ly/3xjfROs

¹¹ Conta Canal da Cidadania no Youtube bit.ly/3ea17dj

¹² Matéria do “Estado de S. Paulo” sobre exclusão digital bit.ly/2UHhqaR

influenciadores desse público são os jovens, líderes comunitários e jornalistas, que buscam e consomem informação primordialmente de forma online.

No *media audit* realizado pela **Pridea**, um produtor dos telejornais locais da TV Globo disse, ao ser questionado sobre o que sabia do **CIC da SJC**, que ouvira falar do Centro “por *releases*”, e sugeriu criar um canal só para o programa para “centralizar as notícias e facilitar buscas específicas”. Um repórter da mesma emissora aconselhou ainda a criação de um portal com “linguagem mais simples e direta, sem cara institucional ou jargões” – opiniões em sintonia com nossa **Análise de Mídia**, detalhada adiante, que aponta para a necessidade do emprego de uma linguagem mais simples sobre as iniciativas da pasta. Nesse sentido, a comunicação figura como parte inerente ao programa, atuando de uma ponta a outra do processo, articipando, junto aos gestores públicos e dos demais agentes da sociedade, desde a concepção dos discursos até a implementação, monitoramento e avaliação dos resultados das ações de engajamento para a cidadania.

O fluxo de informações a que todos são expostos diariamente e a velocidade com que se propagam tornam vital uma postura atenta, proativa e rápida, seja para corrigir informações equivocadas ou falsas, seja para aproveitar os assuntos do momento e gerar conteúdo de relevância. Contando com profissionais experientes em atendimento a contas do setor público e, ao mesmo tempo, com um time profundamente antenado com os novos tempos, como especialistas em redes sociais, jornalistas de dados e infografistas, a **Pridea** sugere explorar melhor o que já existe e criar novas frentes. Sugerimos trabalhar também em uma divulgação amparada em cases, que demonstrem claramente o impacto das ações dos **CICs** na vida das pessoas e na educação para a cidadania, com uso dos recursos mais modernos em *storytelling*.

Juntamente com a comunicação dos serviços e atividades de maneira simples e centralizada, com valorização da experiência do usuário, e a divulgação de histórias que despertem identificação e emoção, priorizaremos um material visualmente interessante calcado em fatos, baseado em evidências e resultados a partir dos dados gerados pelas ações. Esses números, obtidos na **SJC** e nas secretarias e órgãos parceiros, terão atualizações constantes à medida que novos dados são gerados e se tornam disponíveis.

Reforçar a promoção da cidadania no Estado de São Paulo, tendo o **CIC** como propulsor deste movimento, possibilita também o reconhecimento do trabalho e do esforço dos profissionais que ali atuam. A partir da pesquisa que envolveu análises quantitativas e qualitativas, a **Pridea** se baseará em cinco pilares estratégicos para o desenvolvimento de seu **Plano de Ação** junto à comunidade, à imprensa e aos formadores de opinião. São eles:

- Trabalhar o tema "**Centro de Integração da Cidadania - CIC**" impulsionando o Governo, por meio da **SJC**, como um agente de mudanças essenciais para o desenvolvimento sustentável com foco na inclusão, justiça e cidadania, selando compromisso com o presente e o futuro;

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

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

- Reforçar a importância da promoção da cidadania na recuperação socioeconômica e na melhoria da qualidade de vida dos paulistas durante e depois da pandemia, demonstrando suas aplicações práticas em histórias reais de pessoas impactadas positivamente pelas ações do **CIC**;

- Evidenciar o progresso das ações do programa, prestando contas à sociedade e posicionando o governo, via **SJC**, como fomentador da justiça e da cidadania em São Paulo e no País e por meio de conteúdo multiplataforma amparado no que há de mais moderno em análise de dados e *storytelling*.

- Desenvolver a percepção da **SJC** como um órgão articulador e em constante diálogo com parceiros, públicos e privados, em todas as esferas federativas; e com a sociedade, promovendo mobilização e engajamento por melhorias;

- Ampliar a participação de especialistas da **SJC** como porta-vozes das políticas públicas em prol da cidadania, reforçando o caráter humanista das ações do Governo e de forma adequada aos segmentos com os quais se pretenda comunicar.

Para a execução deste **Plano de Comunicação**, a **Pridea** estabeleceu premissas e determinou ações que contemplam um cronograma com providências de curto, médio e longo prazos, detalhadas a seguir.

- **SJC** no enfrentamento e recuperação da pandemia, rumo ao desenvolvimento sustentável: divulgar para a imprensa as múltiplas ações do **CIC** em favor da justiça, da inclusão e do exercício pleno da cidadania. É crucial demonstrar o impacto que as medidas – dos serviços mais variados, como acesso a documentos, capacitação e atendimento médico, às atividades culturais e de lazer - têm nas vidas dos indivíduos. A imagem do **CIC** será reforçada como a de um *hub* de boas práticas cuja atuação beneficia a todos.

- "Banco de Cidadãos": ampliar o banco de personagens de cidadãos que tenham histórias marcantes de superação após ações da pasta. Dessa forma, serão oferecidos para os veículos de imprensa – antes da publicação no portal, em alguns casos - além dos conteúdos convencionais de divulgação, personagens que poderão compor e humanizar as notícias.

- Vozes dos Experts: mapear os principais gestores, especialistas e profissionais que atuam na **SJC** e no **CIC**, bem como suas últimas iniciativas no programa. Desta forma, a **Pridea** criará um documento com nomes para disponibilizar de maneira permanente à imprensa e para assessorá-los em participações de eventos nacionais e internacionais sobre cidadania. A prática reforça o nome da entidade como celeiro de profissionais de excelência, atuando na construção de imagem moderna e com propósito, e ampliando sua legitimidade junto aos cidadãos.

A **Pridea** sugere ainda algumas ações dentro do tema “**Centro de Integração da Cidadania - CIC**” 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 **SJC** e garante, tendo como base os objetivos detalhados anteriormente, uma comunicação mais assertiva junto aos públicos-alvos das ações. A construção de um estreito relacionamento com a mídia permitirá que as ações sejam mais bem-assimiladas pela sociedade e ampliará o diálogo com diversos públicos. Em parceria com a equipe de redes sociais da pasta e 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 serão sugeridos pela **Pridea** e alinhados com a **SJC**, em especial com a **Coordenação de Integração da Cidadania, do CIC**; as secretarias; entidades e programas parceiros; e representantes da sociedade civil, como líderes comunitários, garantindo assim a unidade dos discursos dos porta-vozes e materiais divulgados para a imprensa.

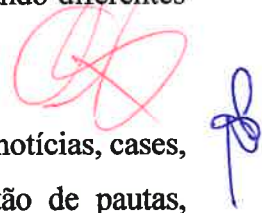
- Gerenciamento e prevenção de crises: é importante que a **SJC** esteja preparada para lidar com problemas operacionais e de imagem cujos riscos serão detalhados adiante, disponibilizando respostas rápidas e informando a população sobre as providências tomadas pelo poder público. Para lidar com esses 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 (Secom) e atualizado mensalmente, ou mediante novos pontos sensíveis e fatos de mídia que envolvam o órgão e sua reputação.

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

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 que levam ao desenvolvimento da cidadania, tendo a **SJC**, por meio do **CIC**, como referência. A Secretaria será enfatizada como condutora de um programa inovador, transparente e humanitário, em diálogo com o mundo e conectado com as melhores práticas globais, por meio de um cronograma estratégico de divulgação, segundo o qual a assessoria de imprensa atuará proativamente.

O cronograma englobará, a curto prazo, ações tradicionais, como coletivas de imprensa, postagens e envio de releases até, a médio e longo prazos, novas abordagens sugeridas pela **Pridea** visando diferentes públicos, a seguir:

- - "**Portal CIC**": reunir, em um portal dedicado, todos os serviços, anúncios, releases, notícias, cases, entrevistas e estatísticas do programa **CIC** da **SJC**. A **Pridea** atuará na sugestão de pautas,



personagens, produção de matérias e na produção e curadoria do conteúdo. A ideia é explorar o conteúdo existente no site da SJC em um canal distinto, ou seja, será arquitetado um material multiplataforma próprio nos formatos de texto (notas, matérias, artigos, posts), imagens (infográficos), áudio (*podcasts*, rádio) e vídeo, e em parceria com as equipes de comunicação dos órgãos correspondentes, com interface fácil para as redes sociais da pasta e o conteúdo dos parceiros. Partimos de uma concepção que respeite os padrões e *templates* já estabelecidos pela Secom para as páginas do Governo do Estado, consagradas pelo estilo clean e intuitivo, e ao mesmo tempo, com inspiração em outras iniciativas premiadas. Citamos como exemplo o portal do governo norueguês, “Norway.no”¹³, que também tem a experiência do usuário como prioridade, com destaque para a linguagem simples, direta e acessível. Em sua *home*, há colunas com tópicos definidos simplesmente como “Situações de Vida”: “Procurando Trabalho”, “Casando”, “Mudando”, “Chegando à Noruega” etc. Para cada tópico, há subpáginas com caminhos possíveis, como, no caso de quem procura trabalho, os direitos para quem está desempregado; como requerer seguro-desemprego; cursos de capacitação; passo-a-passo para se recolocar; dicas para currículo; ofertas de vagas etc. Sugerimos trabalhar em uma *home* nesses moldes, que privilegie os serviços - tanto a simples explicação destes, quando só for possível um atendimento presencial, quanto a possibilidade de realizá-los de forma online caso a instituição migre alguns para o meio digital. O formato idealizado para o portal CIC atende ambas as situações, e com recursos de acessibilidade para inclusão. Como exemplos de subpáginas, sugerimos:

- Serviços: subpáginas explicativas para cada serviço, conforme mencionado acima;
- Notícias: as últimas notícias do CIC;
- Entrevistas: bate-papos com cidadãos, gestores e especialistas envolvidos com o programa, em vídeos com transcrição de texto;
- Faça você mesmo: subpágina de capacitação ao estilo DIY (*do-it-yourself*), com cursos online disponibilizados gratuitamente. Temos como modelo o portal de cursos “Domestika”¹⁴, com vídeos curtos e dinâmicos de base teórica e prática, voltados em sua maioria para públicos iniciantes/leigos. Os especialistas do CIC poderão ensinar, por exemplo, técnicas de artesanato, além de outros cursos comuns dos centros;

¹³ Portal do governo da Noruega bit.ly/3hvo78G

¹⁴ Portal de cursos Domestika bit.ly/2Vzjty3

- Histórias humanas: a intenção é apresentar histórias de superação com apelo à emoção e à dimensão humana, que gerem identificação e levem a uma maior percepção de como as ações do CIC impactam indivíduos, famílias e comunidades. Um exemplo de instituição que mantém uma página dedicada¹⁵ a cases, com visual arrojado, é a ONU;
- Números humanos: criar formatos interessantes que privilegiem a experiência de fruição de um conteúdo de "prestação de contas", com números que demonstrem o andamento das ações do programa, parâmetros e indicadores, e como as metas estão sendo atingidas. Isso será feito a partir da integração de bancos de dados dos CICs, dos projetos itinerantes e das diversas instituições parceiras. A extração analítica desses dados permitirá a aplicação de técnicas de *storytelling* e visualização criativa das estatísticas, levando a pautas criativas, com apelo visual e alto nível de segmentação - poderão ser personalizadas para veículos de cada região ou mídia especializada por segmento econômico ou cobertura especializada. A divulgação nesses moldes privilegia a transparência e leva em conta as especificidades de cada caso e de cada público a receber as informações;
- Imigrantes: transformar a subpágina atual da SJC¹⁶ de vagas para imigrantes em um material mais completo. Temos como inspiração a página "New Americans"¹⁷, do governo do Estado de Nova York, que, além de cadastrar currículos, está repleta de histórias, notícias e serviços - estratégia que posiciona aquele lugar como acolhedor e cosmopolita, vocação semelhante à do Estado de São Paulo;
- Projetos: páginas explicativas para os principais projetos do CIC, com passo-a-passo para os interessados que quiserem se inscrever nas iniciativas, cases, notícias, infográficos etc.

- Produção de conteúdo para comunidades: com o objetivo de informar os cidadãos sobre os serviços e atividades do CIC e dos projetos itinerantes previstos em suas localidades, em conjunto com secretarias e prefeituras, haverá produções de folders, totens, apresentações e demais materiais que sirvam de apoio para esta divulgação e todo letramento que se fizer necessário.

- Nas redes: criação do perfil oficial do CIC em redes sociais como Twitter, Facebook, Instagram e Youtube para ampliar o conhecimento dos cidadãos, jornalistas e influenciadores em geral sobre as ações em prol da cidadania capitaneados pelo programa; aumentar o engajamento e a adesão às iniciativas deste

¹⁵ Portal da ONU bit.ly/3y9UCil

¹⁶ Página para imigrantes de SP bit.ly/3wFjBZS

¹⁷ Página para imigrantes de NY bit.ly/3dNP5q7



escopo; e estimular o debate com a sociedade por meio de conteúdo replicado do portal e pensado especificamente para essas mídias.

- Rodas do **CIC**: formatação de conteúdo para debates multidisciplinares sobre tópicos pertinentes à promoção da cidadania, situando a **SJC** e seus departamentos em uma tendência global de novos formatos – os “*think tanks*” - de difusão do conhecimento, e criando múltiplas possibilidades de repercussão na mídia. Podem acontecer online e presencialmente, voltados para diferentes públicos-alvo e em diversos municípios. A ideia é ampliar o projeto já existente “Educação para a Cidadania”¹⁸, que promove a inclusão de grupos socialmente marginalizados (por gênero, raça, renda, orientação sexual, identidade de gênero, deficiências etc) a partir da educação para a cidadania, propondo às comunidades a reflexão sobre seus direitos e deveres, convidando representantes de diferentes segmentos da sociedade para exercitar a discussão franca e democrática de ideias, e firmando a secretaria como um órgão transparente e acessível.

- Ted Talk SP Cidadã: formatação de apresentação completa do Secretário ou da gestora responsável pela **Coordenação de Integração da Cidadania** nos parâmetros do estilo mundialmente consagrado de palestras, para as edições brasileira e internacional do evento ou para uma similar. Sugerimos por tema a reflexão de como o Estado de São Paulo prosseguiu com as ações em prol da cidadania e como essas medidas impactaram positivamente a vida das pessoas, apesar de todas as adversidades em um dos Países mais atingidos pela pandemia. É uma estratégia de grande visibilidade, desde viralização da palestra nas redes sociais a chamadas na imprensa tradicional.

- *Lives e webinars*: transmissões ao vivo, com periodicidade quinzenal ou mensal, com a participação dos principais porta-vozes, especialistas e personagens envolvidos nas ações do **CIC**, visando esclarecer e conscientizar sobre a importância da cidadania.

- **CIC pelo mundo**: participação de porta-vozes do programa em debates internacionais com suporte da equipe de comunicação tanto no planejamento quanto na cobertura e repercussão junto à mídia. Um canal importante para engajamento é, por exemplo, o “Global Partnership for Social Accountability (GPSA)”¹⁹, iniciativa do Banco Mundial que reúne organizações focadas na entrega de serviços para os cidadãos, além de outros que serão mapeados pela equipe da Pridea.

- **Papo com os famosos**: *podcast* de entrevistas com influenciadores queridos pelas comunidades contempladas pelo **CIC**. Por exemplo, podemos realizar um episódio com um rapper nascido na periferia da capital paulista e que se tornou conhecido, caso do ex-*big brother* Projota²⁰, autor do *hit* “Muleque de Vila”,

¹⁸ Projeto Educação para a Cidadania bit.ly/3r5nOVa

¹⁹ Evento de engajamento do Banco Mundial bit.ly/3AO72i9

²⁰ Instagram do artista Projota bit.ly/3wCk3I2

que, com a linguagem dos jovens, transmite uma mensagem positiva e de superação em situações adversas. Conversas assim ilustram como ser um bom cidadão e engajar comunidades, com bastante apelo midiático.

- 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 locais atendidos pelo **CIC**. 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 **SJC** 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 imprensa, identificando melhorias no suporte à produção de conteúdo.

- 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 **SJC**, com ênfase no programa **CIC**, sempre com o objetivo de estabelecer diálogo constante com a sociedade. Os assessores discutirão assuntos levantados com as áreas internas da pasta ao longo da semana e possíveis encaminhamentos a veículos e editorias específicas.

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

A **SJC** 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 **SJC**, 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

- Agência de Notícias: abastecimento diário das novidades envolvendo o órgão. O conteúdo, produzido pelos profissionais da **Pridea**, poderá ser adaptado a diferentes plataformas, como para o portal mencionado no início deste Plano, para as redes sociais, podcasts e demais meios de divulgação.

- Canal no Youtube: divulgação dos vídeos produzidos especificamente para o **CIC**, que serão utilizados em estratégias de comunicação multiplataforma.

- Monitoramento e Avaliação: todos os dias, a **Pridea** acompanhará a repercussão dos programas, órgãos e da imagem da **SJC** nos veículos de comunicação para avaliar como sua marca está sendo retratada na imprensa e corrigir eventuais equívocos ou problemas. Serão produzidos relatórios para subsidiar o Sicom e os gestores do órgão.

- 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 pasta for veiculada em TV, rádio ou site de notícias, uma mensagem será enviada por telefone celular para nossa equipe em até dois minutos. Todos os assuntos relacionados ao órgão serão monitorados. Assim, caso aconteça algum problema, ou seja publicada informação equivocada, os gestores podem agir rapidamente.

c) Materiais a serem produzidos

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

- Papers para alinhamento de discursos: o material será compartilhado com a equipe da Secom, com a superintendência da **SJC** e do **CIC** e com demais diretores da pasta para que as informações repassadas envolvendo o órgão e suas ações estejam alinhadas;

- Formatação de conteúdo opinativo: artigos de opinião assinados pelo Secretário e por demais diretores, técnicos e especialistas, e serem determinados caso-a-caso; 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. A participação do órgão em eventos mais espontâneos e arrojados reforça a imagem de modernidade e gera visualizações e compartilhamentos nas redes sociais.

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

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

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

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

- Banco de Dados: a **Pridea** organizará um banco de informações com todas as ações da Secretaria 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 plataformas e informes.

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

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

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

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

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

- Clipping de notícias: enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas. Contará com análise do desempenho da Secretaria e das políticas públicas de justiça e cidadania no dia e terá indicações e sugestões de posicionamento sobre matérias que foram publicadas. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

3.2.1.3. Oportunidades de mídia positiva

1) Com postura engajada e alinhada às melhores práticas globais em cidadania, o Governo do Estado de São Paulo, por meio do programa CIC, da SJC, assume protagonismo nacional e global

De caráter multidisciplinar, humanista e de diálogo constante com instituições governamentais e sociedade civil, a Secretaria deve encontrar um contexto favorável: vacinação em curso, recuperação econômica, flexibilizações nas variadas atividades humanas e o esperado abrandamento da crise provocada pela pandemia, com os esforços governamentais voltando a ser pulverizados para outras frentes.

As ações da pasta suprem o que de mais importante uma gestão pública pode proporcionar: serviços acessíveis e de alta qualidade aos cidadãos, que têm as necessidades atendidas em áreas como justiça, direitos humanos, educação, saúde e bem-estar; e tornando as comunidades mais seguras, salubres, fraternas, inclusivas e participantes, cientes de seus direitos e deveres, tornando a vida de todos mais digna.

A partir do **Plano de Ação** proposto pela **Pridea**, centralizando as informações do **CIC** em um canal específico e multiplataforma, e com participação ativa dos representantes da pasta em eventos de relevância sobre melhores práticas, o escopo de atuação do programa se tornará mais claro e ficará cada vez mais em evidência, com destaque nos cenários nacional e internacional.

Tendo a mídia papel central na promoção da cidadania, todas as medidas e esforços governamentais para atender os direitos dos cidadãos terão, por princípio e por rotina, espaço editorial privilegiado nos meios de comunicação comprometidos com seus leitores e telespectadores.

2) Consolidação de imagem pacificadora e inclusiva da pasta, aberta ao diálogo em um momento de polarização política e acirramento de ânimos

A preocupação do Estado, através da **SJC**, em priorizar a divulgação da cidadania evidencia a missão de mobilizar a sociedade para um cenário de mais paz e tolerância, um contraponto à política do governo federal. Ações de comunicação criativas e inclusivas, como as rodas de conversas e a atuação em campo contínua e multidisciplinar; além do apoio de parcerias diversas, ressaltam o quanto o fator humano está no centro das políticas públicas do governo estadual paulista.

Nesse sentido, são inúmeras as oportunidades de pautas a serem trabalhadas junto à imprensa, nacional ou regionalizada; aos influenciadores; e aos cidadãos por ações diretas. Isso requer uma estratégia de conteúdo comprometida, amparada em uma linguagem simples e sem jargões, que alcance os públicos mais vulneráveis e ao mesmo tempo chegue, sem ruídos, aos formadores de opinião.

Uma das inspirações da **Pridea** é a estratégia de comunicação do governo do Canadá²¹ de reportar regularmente aos cidadãos os progressos em relação à implementação da Agenda 2030, com fatos e resultados, assegurando uma posição firme e íntegra onde a comunicação em si faz parte do compromisso nacional com os canadenses. No cenário atual de polarização e manipulação de informações, contar com um material idôneo, com histórias humanizadas e informações apuradas, reforça a credibilidade e a capacidade mobilizadora da Secretaria. E, dada a urgência do advento da cidadania para as gerações atuais e futuras, é papel da imprensa amplificar tais esforços e engajar toda a sociedade.

²¹ Estratégia do Canadá para a Agenda 2030
[.it.ly/3jBcWN6](https://www150.com.br/pt-br/estrategia-do-canada-para-a-agenda-2030)

3) Ações criativas e mobilizadoras, que impactam públicos diversos, inserem a Secretaria em temas como saúde mental

De mutirões de perícias a casamentos comunitários; de aulas de yoga a cursos para porteiros; de peças infantis a rodas de conversa sobre tolerância religiosa; de segundas vias do RG a triagens e encaminhamentos odontológicos, passando por acolhimento psicológico - são muitos, e variados, os públicos mobilizados pelas ações da SJC em todo o Estado.

Cabe destacar que tratamento psicológico realizado por profissionais qualificados, em parcerias com UBS locais, por exemplo, é um dos benefícios que fazem parte do programa. Considerando o impacto da pandemia na saúde mental da população²², este é um serviço que deve ter alta demanda - e, conseqüentemente, sua oferta pelo CIC terá visibilidade na mídia.

De acordo com estudo do Banco Mundial²³, "boa governança não é apenas sobre o governo, mas sobre os cidadãos, líderes e instituições públicas que se inter-relacionam para fazer a mudança acontecer." O documento conclui ainda que cidadãos informados e satisfeitos com as ações de seu governo são bons eleitores e se tornam também uma força contínua em prol de melhorias. Nesse contexto, a função da comunicação é fundamental, sendo parte da máquina pública e da democracia, onde a repercussão dos fatos pela mídia integra a sinergia em que todos têm a oferecer.

Tantas iniciativas relacionadas ao fomento à cidadania têm, por seu apelo curioso e imagético - dezenas de casais trocando alianças em um pátio - e pelo significado cidadão que carregam, um potencial incontestável de render pautas e reportagens positivas em diversos temas, tanto na grande mídia quanto na segmentada e regional.

3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem

1) Possível imagem desgastada devido à restrição de atividades presenciais do CIC no período da pandemia

O Governador João Doria anunciou no dia 16 de março de 2020 a restrição do atendimento presencial nas repartições públicas estaduais. A medida foi necessária para impedir aglomerações e reduzir a chance de disseminação do novo coronavírus. No caso dos 17 CICs, ficaram suspensos²⁴ os cursos, palestras e atividades em geral e, principalmente, para as pessoas idosas e crianças.

²² Coluna da revista "Veja" sobre saúde bit.ly/3xQrJbn

²³ Estudo do Banco Mundial sobre governança bit.ly/2TpIHOE

²⁴ Notícia sobre medidas de combate à pandemia bit.ly/3hyjwTp

Nesse contexto, a maneira de o cidadão saber dos serviços disponíveis, mediante agendamento, foi entrar em contato com o **CIC** mais próximo da sua região. Os serviços e as atividades oferecidos em parcerias com outras instituições também sofreram interrupções, em tempos e escalonamentos diferentes, e a descentralização de informações é um fator que agrega confusão a uma situação já delicada.

São comuns as matérias que dão voz a personagens insatisfeitos com as medidas públicas de contenção da Covid-19, tanto para os serviços públicos quanto para a iniciativa privada. Para reestabelecer a imagem positiva do governo, a estratégia de comunicação deve se amparar em uma postura proativa, cultivando o relacionamento dos porta-vozes com a imprensa e também com a comunidade, mantendo um diálogo aberto, principalmente nas diversas possibilidades trazidas pelas redes sociais com os cidadãos.

Centrar para o fator humano, para as histórias positivas, além de se antecipar a possíveis problemas, configuram, sempre, uma estratégia de comunicação inclusiva, ágil e contínua. Como detalhado no **Plano de Ação** para esta concorrência, são as providências que vão facilitar a boa recepção das ações da pasta, especialmente as relacionadas à inclusão e ao fomento da cidadania.

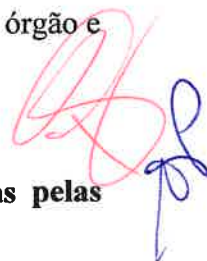
2) Imagem de falta de transparência ou de capacidade realizadora

A não-continuidade de serviços, mencionada anteriormente, aliada à: descentralização sobre as ações do programa; falta de informação sobre os objetivos já alcançados; não-alimentação de notícias e posts nas redes sociais; e um relacionamento distante com os jornalistas, influenciadores e cidadãos, podem passar uma imagem de estagnação, como se os projetos estivessem abandonados ou mesmo cancelados.

Foi para evitar riscos à imagem como esse que a **Pridea** propôs no **Plano de Ação** para esta concorrência um portal específico para o **CIC**, de forma a abranger toda a diversidade de suas ações em um só canal e com contas oficiais de redes sociais só para o programa. Enxergamos a comunicação clara e contínua das ações da pasta como uma forma de prestar contas à sociedade, disponibilizando informações com acurácia e prontidão e reforçando o caráter idôneo da sua administração. Para isso, é fundamental que todo o conteúdo dos projetos, programas e parcerias seja sempre trabalhado nos canais oficiais propostos, assistindo não só a população em suas múltiplas demandas mas também a imprensa e demais influenciadores.

É fundamental ainda incrementar o diálogo com os cidadãos nas redes sociais a partir de nosso suporte junto ao time online e termos um discurso previamente planejado, em conformidade com a visão do órgão e dos parceiros, para que seja mais bem-assimilado o leque de atuação da secretaria.

3) Falta de protagonismo do Governo do Estado com as ações sendo pulverizadas pelas secretarias, organizações e demais órgãos parceiros



17

Se por um lado múltiplas parcerias constituem uma rica frente de trabalho, abrindo inúmeras possibilidades de assuntos e pautas, é preciso reforçar a liderança da pasta, de forma a garantir a imagem realizadora da **SJC e do Governo do Estado de São Paulo** como responsáveis por ações palpáveis de cidadania - o “dono”, para usar o jargão do mundo empresarial referente a *ownership*, uma das características que mais geram vantagem competitiva.

A cultura do “senso de dono”, ao contrário do que possa parecer inicialmente, é democrática ao incutir em seus colaboradores o sentimento de pertencimento, como se fossem sócios do negócio. Com o desejo de fazer com que a organização prospere, todos passam a realizar atividades com alto nível de motivação e engajamento. Algo parecido com o que pode acontecer em uma democracia com os cidadãos e diversos segmentos da sociedade.

Portanto, uma possível imprecisão na percepção da opinião pública sobre estes papéis acaba por limitar não só a imagem da **SJC** como um dos pilares para o fomento da cidadania e do desenvolvimento sustentável amplamente almejado pelo governo de São Paulo, mas também o êxito das ações em si.

A abordagem sugerida pela **Pridea** é: reforçar o papel desta Secretaria, para evitar entendimentos superficiais ou errôneos de seu escopo de atuação; e transmitir uma mensagem plural, empática e democrática, porém centralizada, sob um controle maior da equipe de comunicação.



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 Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo** e das entidades sob sua responsabilidade. A análise de imagem foi realizada durante o período de outubro de 2020 a fevereiro de 2021, como estipulado pelo edital, a partir de link <https://bit.ly/3pbZJu7> disponibilizado no edital da referida concorrência. Tendo como tema da análise: *Centro de Integração da Cidadania: CIC*.

Foram selecionadas 100 reportagens veiculadas na mídia, de veículos de imprensa, que envolveram ou citaram a Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo no que se refere ao tema proposto no edital. No que diz respeito ao tipo de mídia, os conteúdos analisados abarcaram reportagens e matérias veiculadas em impresso, web, TV e rádios, sendo a web a mídia de maior quantidade de matérias, representando 42%. Em seguida aparecem as matérias de jornais impressos, atingindo 41%; rádios 1%; TVs, 9%; e revistas, 7%.

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 10%. Este cenário pode ser um ponto a ser avaliado pela **Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo**. 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 Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo** é de conotação positiva, representando 54 das 100 matérias analisadas. Em seguida, foram registradas 46 reportagens neutras. Não houve registro de veiculações negativas para a imagem da pasta. No geral, portanto, há uma boa avaliação referente à imagem da **Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo** 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 100% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população.

A Pridea também buscou compreender a posição que a instituição ocupa nas notícias avaliadas. Foram estabelecidos dois cenários: Protagonista, quando a **Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo** e o governo estadual conduz a notícia publicada, sendo ator principal; e Coadjuvante, quando é apenas citada no contexto da notícia. A entidade esteve como protagonista, de maneira positiva em 59 veículos de imprensa e em 41 como coadjuvante. Portanto, é recomendável um esforço na estratégia de comunicação para que a marca do governo aumente ainda mais sua participação como protagonistas nas matérias veiculadas pela imprensa.

A Pridea Comunicação também buscou avaliar os veículos que o governo marca presença, seja de maneira positiva ou negativa, caráter informativo ou denunciioso, seja como protagonista ou como coadjuvante. O que se pode notar foi a inserção de matérias em mais de 50 diferentes veículos. Destaque para a TV Globo com três reportagens – duas com abrangência na capital e outra na região de Sorocaba. Em veículos impressos, destaque para as quatro reportagens do jornal A Tribuna, o mais importante da baixada Santista.

Das 100 matérias avaliadas, 36 têm alcance no interior do estado de São Paulo. Demonstrando, portanto, enorme oportunidade de se potencializar a regionalização dos assuntos. Em seguida, o destaque é para as 25 notícias veiculadas em mídias da capital, região metropolitana com 11 matérias; 16 com abrangência nacional, e baixada santista 12 reportagens. Foi identificada apenas uma reportagem no jornal O Estado de S. Paulo e não houve registro na Folha de S. Paulo, o que revela a importância de elaboração de estratégias de comunicação a fim de impactar dois dos maiores jornais do país.

Quanto à abrangência envolvendo as regiões administrativas do Estado, 16 regiões trazem notícias sobre as ações referentes ao tema.

Além disso, a Pridea também verificou diferentes oportunidades de ampliação da comunicação para pasta, que serão apresentadas no decorrer deste documento. Como método de organização, as análises

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

apresentam os seguintes dados: data, veículo, programa/editoria, título da matéria e região em que a matéria foi veiculada.

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



Data: 07/10/2020

Veículos: Cidade On / Cidade On

Programas/editorias: Cotidiano / Cotidiano

Títulos das matérias: Cidades:Ipem fiscaliza radares de Campinas nesta quarta-feira/Ipem-SP alerta sobre cuidados na compra de brinquedos para crianças

Regiões: Ribeirão Preto / Campinas

Veiculações: Positiva / Positiva

Análise

Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo (Ipem-SP) é o órgão abordado nas matérias do veículo de comunicação Cidade On. Conhecido no interior de São Paulo e com sede em diversas cidades, o Cidade On de Campinas aborda a ação de fiscalização de radares promovida pelo Ipem na cidade.

Já o Cidade On de Ribeirão Preto destaca o serviço ao consumidor que o órgão está promovendo no mês das crianças, alertando as pessoas que forem comprar brinquedos quanto a necessidade de verificar a procedência do material e não adquirirem nada fora do padrão ou contrabandeado.

Pontos Positivos

Os dois materiais evidenciam a importância do Ipem, autarquia ligada a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo, e principalmente a característica essencial de proteção ao cidadão do órgão.

Riscos à imagem

Não foi detectado risco à imagem do órgão nas matérias jornalísticas analisadas.

Sugestões de Estratégias

Olhando a característica factual presente em datas comemorativas, como o Dia das Crianças, é possível utilizar esse espaço na mídia, que já estará voltado à efeméride e acrescentar informações pertinentes quanto a proteção dos direitos dos consumidores realizada pelo Ipem durante todo o ano.

Para levar essa mensagem de maneira clara ao público é possível solicitar um porta-voz que dará entrevistas nas diversas regiões do Estado fazendo uma aproximação do Ipem com as cidades mais distantes da capital. Isto é muito importante, cada cidade tem uma especificidade e o Estado de São Paulo é bastante rico nessas mudanças.

Um bom veículo para investir nesse momento de aproximação são as rádios. Elas são capazes de entregar o conteúdo em longas distâncias e estão presentes em todos os 645 municípios do Estado.

Utilizar como tema central o Dia das Crianças ou qualquer outra efeméride que o valha é importante pois o assunto já fará parte da vida das pessoas e absorver a informação sobre o Ipem ficará mais suave e não completamente imposta.



Data: 09/10/2020

Veículos: Semanário da Zona Norte / Tribuna Liberal / Jornal 140 / IG

Programas/editorias: Entrevista / Local / Nacional / Coluna

Títulos das matérias: Paulo Dimas deixa o cargo de secretário da Justiça e se despede de servidores com emoção/Atenção para os sites falsos de compras / Ipem-SP alerta para segurança na compra de presentes para crianças / Os agentes da publicidade e a responsabilidade de reparar o dano ao consumidor

Regiões: Capital / Hortolândia / Nacional / Nacional

Veiculações: Positiva / Positiva / Neutra / Positiva

Resumo

A Tribuna Liberal, jornal que circula na região de Hortolândia e o portal Jornal 140 chamam atenção para o cuidado necessário que o consumidor deve tomar na hora de adquirir brinquedos para o Dia das Crianças. O jornal 140 aponta que 172 sites de compra não são confiáveis. Por sua vez, o site IG publica artigo do diretor executivo do Procon, Fernando Capez falando sobre a relação do consumidor com a publicidade e propaganda e reparação de danos caso algumas dessas práticas sejam danosas ao consumidor.

Por fim, o Semanário da Zona Norte divulgou a mudança à frente da Secretaria de Justiça e Cidadania. A reportagem comenta as ações realizadas ao longo de 21 meses como secretário da justiça.

Pontos Positivos

Dados sobre atendimento dos Centros e a informação sobre sites de pouca confiança são pontos positivos divulgados nos materiais analisados.

Riscos à imagem

O Semanário da Zona Norte apresenta informações positivas na troca do secretariado, mas não diz qual o motivo para a troca na Pasta. Assim, o leitor pode ficar confuso e demonstrar que a preocupação política está acima dos bons feitos do gestor.

Sugestões de Estratégias

O artigo do diretor do Procon é um exemplo de como um gestor treinado pode ser o principal porta-voz das medidas públicas. Mas, para isso, faz-se necessário utilizar uma linguagem de comunicação que aproxime o tema dos leitores.

Os termos jurídicos, no entanto, atrapalham o entendimento dos leitores que ao buscarem informações sobre como se protegerem enquanto consumidores, não estão atrás de termos complexos ou leis, mas sim de uma explicação de uma fonte confiável e que consiga traduzir todo o conteúdo pertinente ao meio jurídico.

Por isso, os textos de opinião assinados por membros da Secretaria de Justiça e Cidadania devem ser fortemente encorajados e divulgados, sempre tomando cuidado para que sejam devidamente explicativos e acessíveis.

Data: 17/10/2020

Veículos: A Tribuna / Época Negócios / IstoÉ dinheiro / CNN / Diário Regional

Programas/editoriais: Regional / Economia / Economia / Business / Nacional

Títulos das matérias: Cidades: Procon de São Paulo promete multar empresas que cadastrarem pix automaticamente / Queixas contra golpes bancários crescem 88% na pandemia / Procon de São Paulo promete multar empresas que cadastrarem pix automaticamente / Procon-SP promete multar instituições que cadastrarem pix automaticamente / Procon promete multar quem cadastrar pix automaticamente

Regiões: Santos / Nacional / Nacional / Nacional / Diadema

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

Análise

Os portais de jornalismo, Época Negócios, IstoÉ Dinheiro e CNN repercutem os dados divulgados que afirmam que 30% dos clientes que tentaram fazer a chave pix, já tinham sua chave registrada pelo banco automaticamente. A prática de registrar automaticamente a chave é ilegal, trata-se de prática abusiva o que é previsto do Código Brasileiro do Consumidor, impedindo a liberdade de escolha do consumidor. Em nota, Fernando Capez, diretor executivo do Procon de São Paulo, informa que irá buscar a parceria com a Febrabam para verificar se clientes dos grandes bancos brasileiros estariam sendo lesados pela prática.

Os jornais regionais A Tribuna de Santos e Diário Regional que circula em Diadema também destacam a possibilidade de multas serem emitidas para os bancos que descumprirem as regras de atendimento de clientes e publicam ainda que clientes estão tendo dificuldades para realizar a portabilidade das chaves, o que também é ilegal, conforme defende o Procon-SP.

Pontos Positivos

Ainda que o material fale de ilegalidade por parte dos bancos a postura do Procon-SP na defesa do consumidor é rápida e já aponta a falha no atendimento por parte dos bancos.

Riscos à imagem

Ao criar a expectativa de multa, o Procon-SP evidencia o setor de fiscalização de Pix, o que pode gerar uma crise futura, caso os problemas no registro não sejam sanados e o PROcon-SP não conte com uma equipe ou procedimentos capazes de verificar a fraude ou a infração da lei do consumidor.

Sugestões de Estratégias

É muito importante se posicionar diante de uma demanda surgida através das reclamações da população. Porém, o Procon-SP tem condições de pautar a discussão e divulgar um release que já fale sobre as possíveis abordagens de bancos ou fintechs que infrinjam a lei, criando automaticamente a chave pix. Essa forma de se adiantar ou trazer o tema para a seara do atendimento ao consumidor pode render espaço positivo para o órgão ligado à Secretaria da Justiça e Cidadania. Aproveitar o espaço que o advento do pix está tendo na vida das pessoas para trazer o nome da autarquia como órgão confiável para monitorar o andamento de uma nova tecnologia pode trazer um grande ganho de imagem para todo o governo paulista.

Data: 19/10/2020

Veículos: Guarulhos Hoje / O Taboanense

Programas/editorias: Cidades / Local

Títulos das matérias: CIC Guarulhos fez doação de 1.200 máscaras para consulado boliviano / Ipem-SP verifica radares de velocidade em Taboão da Serra

Regiões: Guarulhos / Taboão da Serra

Veiculações: Positiva / Neutra

Análises

Doação de máscaras realizada para imigrantes bolivianos pelo Centro de Integração da Cidadania (CIC) Guarulhos projeto ligado a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo é pauta da reportagem do jornal Guarulhos Hoje. Por sua vez, o portal O Taboanense veicula matéria de serviço, informando que o Ipem-SP (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo), autarquia do Governo do Estado, vinculada à Secretaria da Justiça e Cidadania, realizou a verificação dos radares instalados em várias localidades de Taboão da Serra.

Pontos Positivos

Mostrar o trabalho das autarquias ligadas a Secretaria da Justiça e o constante trabalho na conservação dos direitos dos cidadãos.

Riscos à Imagem

Os radares por velocidade costumam ser um assunto polêmico e a verificação da velocidade pode gerar reclamações.

Sugestões de Estratégias

O Ipem-SP é uma das autarquias que fazem parte do guarda-chuva de ações da Pasta da Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado. Diariamente, o Ipem-SP verifica os radares de velocidade em todo o Estado de São Paulo. Porém, o material não deixa transparecer a função social de garantir a justiça que a aferição de radares tem.

É comum encontrar na mídia um discurso sobre a fábrica de multas do governo e como os radares são culpados por gerar prejuízos aos motoristas, por esse motivo, é importante aproveitar espaços de serviço

como esse para criar um discurso e uma ideia geral do verdadeiro trabalho do Instituto e também da Secretaria da Justiça.

A falta de um fio condutor que permita que o cidadão identifique o serviço prestado com a Pasta da Justiça é um ponto muito importante que precisa ser insistentemente evidenciado em cada material criado e postado para tratar dos assuntos relacionados aos direitos dos cidadãos.

Uma tática e adicionar aos comunicados enviados à imprensa conteúdos extras com mensagens chave que podem ser repassadas como forma de reforçar a postura do órgão.




Data: 23/10/2020

Veículos: Diário do Alto Tietê / Jornal de Jundiaí / CicloVivo / Folha da Terra / Portal News

Programas/editoriais: Coluna / Cidades / Alimentação / Geral / Opinião

Títulos das matérias: Dia das Crianças / Cestas Básicas são distribuídas para 86 famílias/Cafundó: a comunidade quilombola que produz alimentos orgânicos / Itesp apoia a produção de alimentos orgânicos na comunidade quilombola Cafundó / Dia das Crianças

Regiões: Alto Tietê / Jundiaí / Nacional / Itupeva / Ferraz de Vasconcelos

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

análise

Os jornais Diário do Tietê e Portal News destacam o mesmo material lembrando que o Procon alerta quanto a necessidade de observar a compra de brinquedos durante o Dia das Crianças e também sobre as doações do Centro de Integração e Cidadania da Região do Alto Tietê. O Jornal de Jundiaí também trata da distribuição de cestas básicas que o CIC está preparando por lá.

Já os jornais Ciclo Vivo e Folha da Terra explicam sobre o projeto de apoio dado às comunidades quilombolas realizado pela a Fundação Instituto de Terras do Estado de São Paulo (Itesp), órgão ligado à Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo. O Itesp apoia 36 comunidades quilombolas identificadas e reconhecidas pelo Governo de São Paulo.

O material dos jornais está focado na experiência desenvolvida na comunidade chamada Cafundó que comercializa produtos orgânicos e conta com a orientação e apoio do Itesp na geração de renda para os membros da comunidade.

Pontos Positivos

Apoio e orientação para os pequenos agricultores quilombolas demonstram a preocupação do Estado com toda a população.

Riscos à imagem

Não foi detectado risco à imagem dos órgãos relacionados na matérias analisadas.

Sugestões de Estratégias

É realmente potente o trabalho desenvolvido pelo Itesp e pouco conhecido pelo grande público.

Há um grande apelo no consumo de produtos orgânicos em todo o país e um órgão estadual que apoia a permanência das famílias no meio rural garantindo e apoiando a qualidade de vida, além de preservar a história dos povos originários merece um grande destaque.

A produção de um conteúdo para televisão, preferencialmente em programas de longa duração, tais como: Fantástico, Globo Repórter e outros é uma possibilidade de dar visibilidade para os projetos do Itesp pelo viés humanizado, mostrando como as famílias são atendidas pelo programa e pelo órgão do governo estadual.



Data: 24/10/2020

Veículos: Diário do Alto Tietê / Jornal de Piracicaba

Programas/editoriais: Coluna / Cidades

Títulos das matérias: Doação Ferraz/ Itesp apoia a produção de alimentos orgânicos na comunidade Cafundó

Regiões: Suzano / Piracicaba

Veiculações: Positiva / Positiva

Análise

O jornal de Piracicaba trabalha o tema agricultura e ajuda para comunidades quilombolas explicando como funciona o projeto de apoio organizado pela Fundação Instituto de Terras do Estado de São Paulo (Itesp), órgão ligado à Secretaria de Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo.

A pauta jornalística mostra como o Itesp tem colaborado para que as 36 comunidades quilombolas identificadas e reconhecidas pelo Governo de São Paulo consigam avançar em sua atividade econômica utilizando a venda de produtos orgânicos para gerar renda as famílias e abastecer de produtos de qualidade a casa dos paulistanos residentes na capital.

Já o Diário do Alto Tietê relata na coluna Tribuna, assinada pelo jornalista, Fábio Miranda a entrega de doações realizadas pelo Centro de Integração da Cidadania de Ferraz de Vasconcelos para a casa de repouso Lar Dr. Napoleão Laureano, onde vivem 80 idosos.

Pontos Positivos

O material do jornal de Piracicaba mostra o trabalho de apoio à população quilombola e como um projeto de longo prazo, com gestão pública de qualidade possibilita que as comunidades consigam atuar conquistando os melhores resultados.

Riscos à imagem

A nota publicada no jornal Diário do Alto Tietê fala sobre doação de refrigerante e salgadinhos para 80 idosos. Podem haver questionamentos quanto a qualidade dessa doação para uma população com mais de 60 anos.

Sugestões de Estratégias

O Estado de São Paulo conta com 17 unidades CIC espalhadas por todo território, Nesses locais a população tem acesso a atividades e serviços públicos e, mesmo durante o período pandêmico, os CICs não pararam e ganharam ainda mais importância para o atendimento da população.

A mensagem chave que precisa ser propagada a respeito do trabalho do CIC precisa estar contida em todos os materiais que forem divulgados. Ainda que em pequenas colunas, é preciso que haja um fio condutor que sempre repita a função e a finalidade a que serve os Centros de Integração da Cidadania.

Com esse formato perspicaz de atuação utilizando uma linha comunicacional é possível gerar uma imagem sólida sobre o programa e não apenas atividades pontuais que não permitem que a população compreenda a grandiosidade do projeto e da atuação focados no atendimento e garantia dos direitos humanos.



Data: 27/10/2020

Veículos: Dica de Teatro / Jornal Ouvidor / Catanduva na NET/ UOL

Programas/editoriais: Geral / Geral / Local / Economia

Títulos das matérias: Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado realiza mutirão de Renda Básica Emergencial nos últimos dias de cadastro/Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado realiza mutirão de Renda Básica Emergencial nos últimos dias de cada/ Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado realiza mutirão de Renda Básica Emergencial nos últimos dias de cadastro/Procon-SP registra aumento de 208% em reclamações sobre comércio online

Regiões: Guarulhos / São Paulo / Catanduva / Nacional

Classificações: Neutra / Neutra / Neutra / Neutra

Análise

Os meios de comunicação chamados: Dica de Teatro, Jornal do Ouvidor e Catanduva NET noticiaram a parceria entre a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo com os Centros de Integração da Cidadania. Essa união de esforços possibilitou que a classe artística paulista realizasse o cadastro para o recebimento da Renda Básica Emergencial.

O mutirão teve duração de quatro dias e segundo as publicações aproximava-se da fase final para obtenção do subsídio federal que destinou R\$566 milhões para o Estado de São Paulo como forma de auxiliar a classe artística.

O material encerra afirmando que caso todo o dinheiro não seja entregue em valores para os artistas, o restante do valor será aplicado em projetos da Secretaria Estadual de Cultura.

O site UOL destaca o crescimento no número de reclamações registradas no Procon por conta de problemas com compras on-line. O trabalho de consolidação dos dados com as reclamações mostraram um crescimento de 208%.

Pontos Positivos

Atuação do Estado de forma organizada para garantir acesso ao maior número de beneficiados possível.

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem da Secretaria de Justiça e Cidadania, tão pouco as suas autarquias.

Sugestões de Estratégias

Para garantir que o alcance do mutirão e as informações sobre o socorro emergencial chegaria uma forma interessante que poderia ter sido utilizada como estratégia de comunicação seria convidar veículos televisivos para acompanhar algumas horas de cadastramento no CIC.

Uma entrada ao vivo com um repórter dentro de uma unidade e dando as explicações gerais sobre o assunto seria uma forma de criar um conteúdo em vídeo capaz de alcançar milhares de pessoas de uma única vez.

A televisão poderia também utilizar artes que mostrassem os principais CICs disponíveis para a realização do cadastro, assim como facilitar o entendimento sobre quais artistas têm direito em receber os valores.

Outro formato de mostrar o CIC nesta condição, não apenas como um local de inscrição, mas sim, como um órgão que presta diversos serviços à comunidade, seria buscar quais as ajudas que o CIC realizou para a classe artística durante a pandemia, antes mesmo de ter uma bolsa sendo distribuída. Um resumo de ações poderia acompanhar a divulgação do factual que seria publicada juntamente com a chamada para a inscrição do auxílio emergencial.




Data: 29/10/2020

Veículos: Jornal da Região / Jornal da Franca / Jovem Pan

Programas/editoriais: Cidades / Geral / Jornal da Pan

Títulos das matérias: Secretaria de Cultura do Estado realiza mutirão de Renda Básica Emergencial nos últimos dias de cadastro / Estado promove Mutirão do Cadastramento da Renda Básica da Cultura / Secretaria Estadual de Cultura promove mutirão de cadastramento para a Renda Básica Emergencial - Jovem Pan News

Regiões: Andradina / Franca / Bauru

Veiculações: Neutra / Neutra / Neutra

Análise

Uma parceria com os CICs (Centros de Integração da Cidadania) e as Secretarias de Cultura de Municípios do Estado de São Paulo permitiu que a classe artística paulista tenha acesso ao pagamento do auxílio emergencial, Lei Lei Aldir Blanc.

Esse foi o lead dos materiais veiculados na Rádio Jovem Pan da cidade de Bauru, Jornal da Franca da cidade de Franca e Jornal da Região que circula na cidade Andradina.

O auxílio é oferecido para profissionais que tenham atuado em áreas artísticas nos 24 meses anteriores à data da publicação da lei.

Pontos Positivos

○ material é informativo e trata de dar espaço para que as pessoas que tem direito possam buscar o auxílio.

Riscos à imagem

Não foi detectado risco à imagem do Centro de Integração e Cidadania nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

Os três materiais são do interior do Estado de São Paulo veiculados em editoriais gerais. Porém, é de conhecimento geral que os veículos de comunicação possuem áreas específicas para tratarem de cultura, por isso, um material com informações sobre a classe artística paulista pode ser encaminhado para essa editoria, mostrando qual o CIC mais próximo para que seja solicitado o auxílio.

Além disso, aproveitar o imediatismo da medida. O cadastro precisa ser realizado em quatro dias, apenas.

É importante a assessoria preparar releases de serviços diários que apresentem manchetes sobre o prazo e quanto já foi realizado de cadastros. Dessa maneira, um balanço final de cadastramento renderá boas oportunidades de seguir com a pauta positiva de atendimento na mídia.

A possibilidade de realização de um trabalho de relações públicas também é percebida, já que uma parceria com a Associação Paulista de Jornais - APJ, poderia render espaço de divulgação para o secretário de justiça em uma entrevista ping-pong que é publicada em veículos de comunicação de grande porte espalhados pelo interior de São Paulo.



Data: 30/10/2020

Veículos: O Dia / Primeira Página / R7 / Blog do Arcanjo

Programas/editorias: Geral / Local / Educação / Geral

Títulos das matérias: CIC promove Mutirão do Cadastramento da Renda Básica Emergencial da Cultura / CIC promove Mutirão do Cadastramento da Renda Básica Emergencial da Cultura / Procon orienta pais sobre matrícula nas escolas particulares / Mutirão na reta final da Lei Aldir Blanc em SP

Regiões: São Paulo / São Carlos / Nacional / São Paulo

Veiculações: Positiva / Positiva / Neutra / Neutra

Análise

Os canais de comunicação O Dia, Blog do Arcanjo e Primeira Página tratam do trabalho focado no mutirão de recadastramento coordenado pelos Centros de Integração da Cidadania (CIC) das respectivas regiões: São Paulo e São Carlos. O mutirão de cadastramento para o recebimento do auxílio federal para profissionais da área da cultura estava disponível por quatro dias e foi notícia, ainda que pequena nos veículos mencionados. O portal de notícias R7 retrata a necessidade de que as famílias busquem orientação e tomem cuidado com a relação de matrícula com as escolas particulares. O período do ano e após os meses de distanciamento social prejudicaram a vida econômica das escolas particulares e das famílias.

Pontos Positivos

Não foram detectados pontos relevantes para a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo.

Riscos à imagem

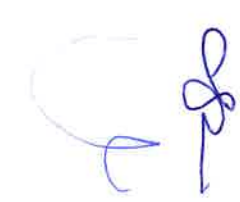
O trabalho de cadastramento das pessoas da cultura para receberem auxílio federal pode gerar, por desconhecimento mesmo, o entendimento de que essa distribuição está ligada ao trabalho do Governo do Estado.

Sugestões de Estratégias

Em momentos desafiadores como o que o mundo vem passando com a propagação da Covid-19 e o advento de crises conjuntas, como é o caso da econômica, sentida também na classe artística, os Centros de Integração da Cidadania (CIC), espalhados por todo o território estadual são extremamente relevantes e capilarizados possibilitando que seja realizado um trabalho na base, bem próximo de quem mais precisa.

No entanto, para que isso ocorra é preciso que chegue até grande parte da população a existência desses locais, sua forma de funcionamento e quem deve buscar ajuda nesses centros.

Só uma comunicação ampla e irrestrita deste serviço pode garantir que essa capilaridade seja efetivamente utilizada. O mais recomendado aqui é enviar para os veículos de imprensa regionais, ao menos duas vezes por semana, releases com atividades factuais, ou seja, que estão acontecendo naquele momento e um outro texto que seja, como se fala no jargão jornalístico, “frio”. O texto frio, tem a finalidade de tocar no assunto que não tem prazo para ser tratado, como por exemplo os serviços que são oferecidos o ano todo.



Data: 31/10/2020

Veículos: Estado de S. Paulo

Programas/editorias: Opinião

Título da matéria: Vacina não tem nacionalidade

Regiões: Nacional

Veiculação: Positiva

Análise

Em artigo publicado na página 2 do jornal O Estado de São Paulo e assinado pelo secretário de justiça e cidadania, Fernando José da Costa, trata da discussão política entre o Governo do Estado de São Paulo e o Governo Federal. O artigo traça uma linha do tempo com os últimos acontecimentos como a compra de insumos para fabricação de doses da vacina CoronaVac e a briga entre o presidente Jair Bolsonaro eo governador João Dória.

O texto defende ainda a importância da fabricação da vacina e da distribuição em massa para que o país retome a economia e possa voltar a cuidar dos cidadãos.

Pontos Positivos

A entusiasmada defesa da vacina como forma de salvar vidas mostra como o secretário da justiça e cidadania está empenhado, juntamente com o governo do Estado, em cuidar de toda a população brasileira.

Riscos à imagem

O secretário não mencionou as questões relacionadas ao trabalho da Pasta e o assunto da vacina, assim como o posicionamento político do presidente, que é questionado no artigo.

Esse conteúdo pode colocar o nome do secretário em uma discussão que não cabe ao líder da Pasta da Justiça e Cidadania ficar no centro da discussão, podendo trazer crises que são de outra esfera para a Pasta.

Sugestões de Estratégias

O uso de artigos de opinião é uma prática altamente recomendada para expressar a linha de pensamento do gestor público, sem que haja interpretação do repórter que escreverá a matéria.

Para ampliar o tema abordado do artigo, seria importante que o secretário da Justiça incluísse informações sobre a Pasta e também como a medida de adiar a compra de vacinas amplia a fila de pessoas buscando

acesso aos serviços básicos, pois estão cada dia mais perdendo sua renda e esperança. Dedicar um espaço

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

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

para citar como o atraso político que ocupa a cadeira de presidente do Brasil causa prejuízo para todos os cidadãos brasileiros poderia ser melhor exemplificada com dados da Pasta que tem como principal finalidade proteger os cidadão fazendo uso da justiça, mas que com a crise sanitária, financeira e de segurança tem assumido papéis variados, inclusive cadastrando artistas para receber um auxílio federal.

Tudo isso, poderia gerar maior identificação do leitores e tornar o artigo mais informativo.

Também é possível indicar o secretário para entrevistas em programas de rádio, tais como: CBN São Paulo, Jornal da Manhã da Jovem Pan e BandNews. Entrevistas em estúdio com pautas agendadas que mostrem o trabalho da secretaria e a atuação na proteção dos direitos dos cidadãos.

Data: 01/11/2020

Veículos: G1

Programas/editorias: Local

Títulos das matérias: Cidades da região de Itapetininga fazem cadastro artístico da Renda Básica Emergencial da Lei Aldir Blanc

Regiões: Itapetininga

Veiculação: Neutra

Análise

o site de notícias G1 publica a informação sobre a parceria com os CICs (Centros de Integração da Cidadania) e as Secretarias de Cultura de Municípios do Estado de São Paulo permitiu que a classe artística paulista tenha acesso ao pagamento do auxílio emergencial, Lei Aldir Blanc.

A matéria está focada no atendimento que estará disponível nas cidades de Pereiras, Piraju e Laranjal Paulista e apresenta os endereços e locais onde os moradores dessas cidades de pequeno porte poderão encontrar locais para a realização do cadastro.

Pontos Positivos

Atendimento para toda a população chegando até mesmo nas cidades com menores populações no Estado.

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem das autarquias ou para a Secretaria de Justiça e Cidadania de São Paulo.

Sugestões de Estratégias

Uma possibilidade para fazer circular a informação é a produção de um artigo de opinião do secretário da Justiça e Cidadania, tratando o tema.

Um artigo com cerca de três mil caracteres se enquadra nos espaços dedicados a opinião e artigos assinados em todos os jornais e portais que veiculam no Estado de São Paulo. Fazendo uso de linguagem simples, técnica de comunicação utilizada para alcançar a atenção dos diversos públicos e leitores que se busca atingir, seria possível gerar um conteúdo capaz de entregar informação de qualidade e uma percepção nova para os leitores.

A possibilidade de realização de um trabalho de relações públicas também é percebida, já que uma parceria com a Associação Paulista de Jornais - APJ, poderia render espaço de divulgação para o secretário de justiça em uma entrevista ping-pong que é publicada em veículos de comunicação de grande porte espalhados pelo interior de São Paulo.



Data: 03/11/2020

Veículos: ABC do ABC / Olímpia 24 horas / Click ABC / Alpha Notícias

Programas/editorias: Local / Local / Cidades / Boletim

Títulos das matérias: Mutirão de Renda Básica Emergencial para o setor cultural termina amanhã/LEI ALDIR BLANC - Mutirão de Renda Básica Emergencial para o setor cultural termina amanhã/ Mutirão de Renda Básica Emergencial para o setor cultural termina amanhã/Mutirão de Renda Básica Emergencial para o setor cultural termina amanhã

Regiões: Metropolitana / Olímpia / Metropolitana / Botucatu

Veiculações: Neutras

Análise

Os veículos de comunicação ABC do ABC, Olímpia 24 horas, Click ABC e a rádio Alpha Notícias destacam o último dia de inscrição para a inscrição dos artistas paulistas que estejam aptos a receber a renda básica emergencial. Segundo a matéria, o subsídio enviado pelo Governo Federal contemplará 63 mil artistas paulistas através da Lei Aldir Blanc. Os artistas que estiverem dentro das regras estabelecidas receberam o equivalente a R\$ 3 mil em parcela única. Só poderão ficar com o auxílio quem realizar a inscrição nos Centros de Integração e Cidadania do Estado.

Pontos Positivos

Uso dos Centros de Integração da Cidadania como locais que permitem que o Estado atue de forma organizada para permitindo o acesso ao maior número de beneficiados possível.

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem da Secretaria de Justiça e Cidadania, tão pouco para suas autarquias.

Sugestões de Estratégias

A cidadania é o centro das ações no Centro de Integração e Cidadania, por isso, a população precisa tomar conhecimento também, das agendas de atividades nesses locais.

A comunicação pode pensar em um formato semanal de divulgação que encaminhe para a imprensa todas as atividades que estão previstas nestes centros, como um guia de ações.

A Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo mantém cadernos pequenos que reúnem todos os tipos de atividades relacionadas a cultura. Seria um formato parecido, mas reunindo ações, palestras, grupos de estudos das unidades CIC.

O encaminhamento desse material, realizado sempre no mesmo dia, mas com novas atividades pode focar em meios de comunicação comunitários, tiers 3 e 2. Com a articulação constante as redações poderão se organizar ao redor desse material que mostraria semanalmente os serviços disponíveis para toda a população.



Data: 04/11/2020

Veículos: Diário de Tupã / Regional News / DCI

Programas/editorias: Local / Geral / São Paulo

Títulos das matérias: Mutirão para o setor cultural termina hoje / CIC abre inscrições para teste de DNA.

Região conta com unidades/ Auxílio emergencial para artistas: prazo para solicitar termina hoje em São Paulo/

Regiões: Tupã / Capital / Capital

Veiculações: Neutra / Neutra / Neutra

Análise

Os jornais Diário de Tupã e Diário do Comércio e Indústria (DCI), ambos com versões impressas, noticiam o prazo final para a inscrição dos artistas de São Paulo receberem o auxílio emergencial destinado a classe artística e enviado pelo Governo Federal. As inscrições estão acontecendo nos Centros de Integração e Cidadania, órgãos ligados a Secretaria de Justiça e Cidadania em todo Estado de São Paulo.

Os Centros de Integração e Cidadania também são os locais de inscrição que aparecem na matéria publicada no veículo de comunicação Regional News. O Portal destaca o oferecimento de vagas para a realização dos testes gratuitos e também explica os critérios para que seja conseguido o benefício.

Pontos Positivos

Os materiais informativos mostram a importância dos Centros de Integração e Cidadania enquanto órgãos públicos para a organização de ações que atinjam os cidadãos de São Paulo

Riscos à imagem

Não foi detectado risco à imagem nos materiais analisados

Sugestões de Estratégias

Os Centros de Integração e Cidadania são altamente utilizados pelo Governo Estadual na atuação de medidas que garantam o direito de acesso aos serviços para os cidadãos, principalmente, os mais vulneráveis.

No entanto, é preciso envolver toda a sociedade em uma medida pública para que seja alcançado o sucesso de incluir todos os cidadãos como parte integrante de um Estado de Direito que garanta o bem estar para toda população.

Por isso, os CICs devem contar com a divulgação e até participação dos formadores de opinião de cada região. Para tanto, a comunicação coordenada das ações que são desenvolvidas é fundamental e um trabalho de relações públicas com os jornais, rádios e TVs precisa ser realizado.

Uma sugestão é iniciar com visitas virtuais às redações, já que estamos em tempos de pandemia. A primeira conversa seria feita pelo secretário de Estado da Justiça e na sequência os coordenadores presentes em cada região poderiam fazer uma conversa apresentando as agendas semanais de cada CIC mostrando que o trabalho é amplo e atinge todas as comunidades conforme elas necessitam.



Data: 12/11/2020

Veículos: Portal Mix Vale / Diário do Litoral / A Tribuna Online / TV Globo

Programas/editorias: Geral / Cotidiano / Geral / Bom Dia São Paulo

Títulos das matérias: Novembro azul: CIC Grajaú orienta população sobre a prevenção ao câncer de próstata/ Ipem encontra erros no peso do pescado congelado/ Aferição de radar causa bloqueio parcial em avenida de Praia Grande / Fiscais do Ipem lacram bombas de postos por suspeita de fraude, em São Paulo

Regiões: São Paulo / Baixada Santista / Baixada Santista/ São Paulo

Veiculações: Neutra / Positiva / Neutra / Positiva

Análise

Os veículos de comunicação da Baixada Santista, Diário do Litoral e A Tribuna On-line mostram ação de fiscalização do Ipem-SP (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo). No entanto, o Diário do Litoral mostra a atuação dos fiscais na aferição do peso do pescado congelado. O resultado foi que das quatro marcas de pescados congelados analisados no laboratório do Ipem-SP, três (75%) apresentaram erros no peso. Já a Tribuna de Santos On-line dá um boletim sobre a fiscalização do Ipem-SP bloquear o trânsito para aferir o radar na avenida Praia Grande.

A autarquia do Governo do Estado de São Paulo vinculada à Secretaria da Justiça e Cidadania e órgão delegado do Inmetro, Ipem-SP também é notícia no Bom dia São Paulo da TV Globo, com uma entrada ao vivo acompanhando uma fiscalização na região da Zona Leste de São Paulo.

O repórter mostra como funciona o dispositivo para fraudar o abastecimento dos carros no posto de gasolina atuado pelo Ipem-SP e órgãos parceiros. Apresentador, faz elogios ao trabalho de proteção do consumidor. Por fim, o Portal Mix Vale destaca a ação de educação preventiva quanto a saúde do homem no mês de novembro. O projeto é parte das atividades do Centro de Integração e Cidadania do Grajaú, zona sul da capital paulista.

Pontos Positivos

Todos os conteúdos demonstram o trabalho de fiscalização e presença do Ipem no cotidiano das pessoas, desde a aferição do pescado até no fechamento de postos de gasolina fraudulentos.

Riscos à imagem

No material da A Tribuna de Santos, pode parecer que o Ipem-SP, para aferir um radar, causa um transtorno ainda maior fechando as pistas. Falta de planejamento e boa execução podem manchar a imagem da autarquia.

Sugestões de Estratégias

O Ipem-SP (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo é mais uma autarquia ligado a Secretaria de Justiça e Cidadania, no entanto, em nenhum dos materiais analisados fica clara essa relação. Além disso, o Ipem aparece mais como um órgão meramente fiscalizador, enquanto na verdade as funções ultrapassam em muito essa atribuição.

Boas oportunidades para aproveitar a mídia não paga são as atividades fiscalizatórias que rendem imagem para as televisões poderem realizar a cobertura da notícia.

Por isso, nesse momento de cobertura do fato é muito importante que um porta voz da Secretaria da Justiça e Cidadania esteja presente fazendo a linha de frente da divulgação da informação concedendo entrevistas que garantam o acompanhamento e a precisão do trabalho, mas que também mostre que o Ipem-SP é a parte de um grande conglomerado de autarquias que prezam pelos direitos do consumidor paulista.



Data: 24/11/2020

Veículos: TV Globo / Tribuna de Jundiaí / TV TEC Jundiaí / ABC do ABC

Programas/editorias: Local / Cotidiano / Cidades / Geral

Títulos das matérias: Moradores de Laranjal Paulista e Jundiaí podem se inscrever para fazer testes de DNA nos Centros de Integração da Cidadania/ Moradores de Jundiaí podem se inscrever para teste de DNA gratuito/Moradores de Jundiaí podem se inscrever para teste de DNA gratuito/Terminal Jabaquara recebe ação pelo Dia Internacional da Não Violência Contra a Mulher

Regiões: Sorocaba / Jundiaí / Jundiaí/ Santo André

Veiculações: Positivas

Análise

Segundo os materiais jornalísticos veiculados na TV Globo, jornal local da região de Sorocaba, Tribuna de Jundiaí e TV TEC Jundiaí, dos Centros de Integração da Cidadania do Estado estão recebendo inscrições para a realização de testes de DNA gratuitos. Os testes são utilizados para o reconhecimento de paternidade e podem atender as crianças que precisam do recebimento de pensão alimentícia.

Na região do ABC paulista, o portal de notícias ABC do ABC noticia a atividade realizada no dia 25 de outubro, quando se comemora o Dia Internacional da Não Violência Contra a Mulher, nas estações de trem na região do Jabaquara em São Paulo. A ação ocorreu em parceria com a EMTU SP, Programa Bem Querer Mulher (BQM) e Centro de Integração da Cidadania do Jabaquara (CIC) e lançou um alerta contra as agressões à população feminina. O objetivo da ação foi acolher, esclarecer e orientar as passageiras a denunciar agressores. O CIC é responsável por encaminhar as passageiras em busca de apoio jurídico para formalizar as denúncias.

Pontos Positivos

Todos os materiais retratam as boas práticas no atendimento da população mais necessitada do Estado de São Paulo.

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem do órgão nos materiais analisados.



Sugestões de Estratégias

Os Centros de Integração da Cidadania do Estado são bastante abrangentes e os serviços atingem toda a população. No entanto, não há uma divulgação consistente sobre quem está ligado a esse serviço ou mesmo que ele faz parte das atribuições da Pasta da Secretaria de Justiça, para grande parte do público paulista.

Um plano de comunicação amplo pode ser implementado em diversas frentes para que seja formulada uma mensagem chave de apoio à população. Será preciso iniciar este plano com uma longa conversa com a direção da Secretaria, os gerentes do CIC e também os chefes de serviço para entender qual a imagem quer ser formada com o projeto. Após a definição desta mensagem um processo de comunicação que utilize os canais de mídia existentes, mas também as redes sociais como parte integrante da formulação desta imagem, pode ser pensado para que além dos serviços focados no atendimento da população o CIC se torne uma referência de gestão pública e acesso no atendimento das mais variadas demandas populacionais.



Data: 25/11/2020

Veículos: A Tribuna Online / TV Globo / Click ABC

Programas/editorias: Local / Bom Dia São Paulo / Regional

Títulos das matérias: São Vicente inscreve para exame de DNA gratuito de paternidade/Exame de DNA Grátis/ Terminal Jabaquara da EMTU orienta e acolhe no Dia Internacional da Não Violência Contra a Mulher

Regiões: Baixada Santista/ São Paulo / São Bernardo do Campo

Veiculações: Neutra / Positiva / Positiva

Análise

A TV Globo na capital paulista em seu programa matinal, Bom Dia SP e o jornal A Tribuna Online de Santos divulgam a realização de exames de DNA gratuitos promovidos nos Centros de Integração e Cidadania de São Paulo. Os interessados em realizar o exame precisam procurar os centros em suas localidades, mas os conteúdos alertam que para fazer a inscrição é necessário que todos os envolvidos – filho(a), mãe e suposto pai – estejam de acordo com a realização e se comprometam a comparecer juntos na data e local para coleta. Na região do ABC, a notícia veiculada pelo portal Click ABC trata da ação realizada no terminal Jabaquara em uma parceria entre o EMTU, Programa Bem Querido Mulher (BQM) e o Centro de Integração e Cidadania do Jabaquara que está oferecendo serviços gratuitos para mulheres que circulam no local como forma de marcar o Dia Internacional da Não Violência Contra a Mulher.

Pontos Positivos

As matérias reforçam o caráter de assistência das ações do Centro de Integração e Cidadania da Secretaria da Justiça de São Paulo.

Riscos à imagem

Não foram percebidos riscos à imagem nos materiais analisados.

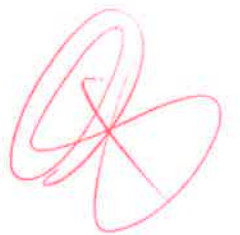
Sugestões de Estratégias

O DNA é um importante instrumento para garantir às crianças acesso aos direitos básicos, tais como, ter o nome do pai em sua identidade e garantir renda para o menor de idade. Por isso, a medida de distribuição gratuita de exames interessa muito às mães que estão reunidas em ambientes escolares, principalmente nos entornos de educação infantil ou creches.

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

Por isso, uma ação de comunicação desenvolvida em parceria com as secretarias municipais de educação pode garantir que a informação sobre a disponibilização de exames é um caminho que poderá gerar melhores resultados para a ação.

Podem ser produzidos jornais murais que serão afixados nos quadros de avisos nas escolas, desta maneira, a mãe interessada que for até a unidade de ensino deixar o filho aos cuidados da professora poderá ter acesso a informação. O quadro de aviso nas escolas é um grande instrumento de informação para toda a comunidade escolar. Um jornal mural pode ser formado por mais de uma notícia e ter periodicidade de um mês. Nesse veículo de comunicação poderiam constar ainda quais os demais serviços oferecidos pela Pasta da Justiça e Cidadania.



Data: 27/11/2020

Veículos: Beto Ribeiro / Notícias de Campinas / Jornal Folha da Terra

Programas/editorias: Geral / Local / Notícias

Títulos das matérias: Centro de Integração da Cidadania (CIC) abre inscrições para teste de DNA em SP / Centro de Integração da Cidadania (CIC) abre inscrições para teste de DNA em SP / Centro de Integração da Cidadania (CIC) abre inscrições para teste de DNA

Regiões: Araras / Campinas / Itupeva

Veiculações: Neutra / Neutra / Neutra

Análise

As regiões de Araras, Campinas e Itupeva registraram em seus jornais locais, os respectivos, Blog Beto Ribeiro, Notícias de Campinas e Jornal Folha da Terra as inscrições abertas para a realização de testes de DNA gratuitos para a população vulnerável ou que comprove necessidade.

Os Centros de Integração de Cidadania, órgãos ligados a Secretaria da Justiça e Cidadania são os responsáveis por realizar essa inscrição e organizar entre as pessoas que mais precisam a disponibilização das vagas existentes.

Pontos Positivos

Os materiais de serviço, explicam a possibilidade de cadastro e as condições necessárias para se inscrever solicitando o exame gratuito, todos mostram proatividade do Estado em resolver os problemas sociais

Riscos à imagem

Não foi percebido nenhum risco à imagem do Governo do Estado de São Paulo nas reportagens desta análise.

Sugestões de Estratégias

O programa do Centro de Integração e Cidadania tem o objetivo de oferecer formas de acesso ao serviço judiciário de maneira ágil para a população com maior dificuldade. O mesmo pensamento pode ser implementado no acesso à informação sobre o programa.

Boletins de rádio podem ser úteis durante a programa de rádios populares e também em podcasts e broadcasts. O ideal é preparar um material de comunicação com poucos minutos de informação e que responda de maneira prática e rápida informações sobre o serviço. Um exemplo de como usar essa comunicação é: *Você*

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

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

sabe o que é CIC? Não? É um órgão voltado a um programa da Secretaria da Justiça e Cidadania que tem como missão promover o exercício da cidadania por meio da participação popular. Aqui você pode conseguir exames de DNA, atendimento jurídico entre outros serviços. Acesse: [www.https://justica.sp.gov.br](https://justica.sp.gov.br). Outras pílulas de informação como essa podem ser bem recebidas pela população que aos poucos passará a fazer buscas e a integrar o público atendido.

Data: 02/12/2020

Veículos: IstoÉ Dinheiro / Olhar Digital / Revista Menu / CNN / Diário de Suzano / Jabaquara News

Programas/editorias: Negócios / Notícias / Notícias / Business / Região / Geral

Títulos das matérias: Procon-SP notifica Apple e exige que forneça o carregador para iPhone 12/ Procon-SP diz que Apple deve oferecer carregador a compradores de iPhones/ Procon-SP multa churrascaria que ironizou crimes famosos/Procon-SP determina que Apple forneça carregador para quem comprar iPhone 12/Ipem verifica e aprova radar na Mogi-Bertioga/ Terminal Jabaquara orienta mulheres contra violência

Regiões: Nacional / Nacional / Nacional / Nacional / Suzano / São Paulo

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

Análise

O Procon-SP é o principal foco nas matérias analisadas neste material. Os veículos de comunicação IstoÉ Dinheiro, Olhar Digital e CNN tratam do motivo da decisão da empresa Apple não entregar carregadores juntamente com os telefones novos que estão sendo vendidos e da exigência do Procon-Sp que solicitou explicações à empresa.

A Revista Menu, período que trata de alimentação e restaurantes também destaca a atuação do Procon-SP na notificação de um restaurante localizado em Presidente Prudente, o órgão aplicou uma multa na churrascaria por ter encontrado no ambiente como forma de decoração mensagens ofensivas à sociedade e ao ser humano. Já no Diário da Região de Suzano o trabalho do Ipem-SP na verificação de radares de velocidade é notícia. Na matéria o jornal comenta a função do Ipem e sua ligação com a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado. O jornal local, Jabaquara News menciona a ação desenvolvida no terminal Jabaquara em parceria com o Centro de Integração e Cidadania Jabaquara, localizado na zona sul de São Paulo.

Pontos Positivos

Todos os materiais são positivos já que mostram a preocupação dos órgãos estaduais atuando de maneira efetiva na defesa dos cidadãos

Riscos à imagem

Não foi percebido nenhum ponto de negatividade para os órgãos relacionados nesta análise

Sugestões de Estratégias



O Procon-SP é um órgão que realiza a defesa do consumidor em diversas frentes. Principalmente multando e questionando empresas, por isso, suas divulgações são mais bem recebidas nas editorias de economia e negócios. Porém e acima de tudo, o Procon-Sp é um órgão que defende o cidadão paulista, tanto é que na divulgação da Revista Menu a amplitude da ação em defender o ser humano é retratada, assim, a assessoria de comunicação da Secretaria da Justiça pode abordar de forma mais ampla essa característica do serviço e sugerir pautas sobre o Procon-SP que estejam alinhadas com a defesa do cidadão, em editorias de comportamento, saúde e bem-estar.

Essas pautas podem tratar de casos específicos, como o que é visto na Revista Menu ou também do ponto de vista da mensagem que uma ação pode estar passando. A exemplo, o pedido de explicação feito para a Apple. Pode-se dizer que o Procon está defendendo a soberania nacional quando exige que uma empresa estrangeira explique-se quanto a medida de deixar de prestar o serviço acordado.

Outra proposta, focada nos Centros de Cidadania seria unir esforços com os projetos do Fundo Social, ampliando o atendimento e a capilaridade das ações, com isso, seria possível também noticiar mais casos de atendimento e histórias positivas de engajamento da população em mudanças duradouras para as comunidades.



Data: 03/12/2020

Veículos: Jornal Vicentino / Tribuna de Ituverava / Diário do Litoral / Record Litoral / Folha da Cidade de Araraquara

Programas/editorias: Local / Geral / Cidades / SP Record / Local

Títulos das matérias: CIC de São Vicente promove Justiça na Comunidade na terça-feira (08)/Ipem-SP lança novo site priorizando o atendimento à população/ CIC de São Vicente promove Justiça na Comunidade na terça-feira (08)/Dicas e orientações para o consumidor/Ipem lança novo site priorizando o atendimento à população

Regiões: Baixada Santista /Ituverava/ Baixada Santista/ Baixada Santista/ Araraquara

Veiculações: Positiva / Neutra / Positiva / Neutra / Neutra

Análise

Os veículos de comunicação que circulam na Baixada Santista, Jornal Vicentino, Diário do Litoral destacam a ação realizada no Centro de Integração e Cidadania chamado Justiça na Comunidade. O projeto busca levar para próximo da população os serviços jurídicos que nem sempre ficam claros e acessíveis para os mais vulneráveis.

Já a TV Record do Litoral destaca, com entrevista do fiscal do Ipem-SP as dicas para que os consumidores adquiram produtos de qualidade durante as festas de final de ano.

Os impressos, Tribuna de Ituverava e Folha de Araraquara noticiam o novo site com tecnologia mais moderna lançado pelo Ipem-SP (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo), autarquia do Governo do Estado, vinculada à Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo.

Pontos Positivos

Todos os materiais demonstram a integração dos serviços das autarquias relacionadas aos serviços prestados pela Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo.

Riscos à imagem

No material veiculado na TV Record o Ipem-Sp é representado por um fiscal, que não parece muito habituado a lidar com as câmeras. Isso pode acarretar em problemas para a instituição. Ainda mais quando se trata de uma entrevista ao vivo, quando tudo pode acontecer.

Sugestões de Estratégias

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

O uso de tecnologia é altamente indicado para os serviços públicos, que em geral, estão distantes da realidade que os cidadão já enfrentam.

Por isso, o site mais moderno do Ipem-SP merece destaque maior na mídia especializada. Desenvolver ferramentas robustas e inovadoras para o atendimento à população é algo bastante desafiador, por isso, merece receber atenção desde a sua concepção, levando até canais de tecnologia a informação de como as barreiras foram sendo vencidas e as soluções encontradas.

Com o projeto Cidadania na Comunidade, cabe pensar em um trabalho que foque na busca por espaços televisivos. Para isso, é possível encontrar casos bem sucedidos de atendimento nas comunidades e checar se a pessoa atendida gostaria de ser personagem em uma matéria televisiva. Com este formato, pode-se esperar que haja uma identificação dos cidadãos, até mesmo aqueles que não precisam de justiça gratuita, com a missão da Pasta.



Data: 07/12/2020

Veículos: TV Record / Diário do Litoral / A Tribuna / Jornal da Orla

Programas/editoriais: Balanço Geral / Cidades / Santos / Geral

Títulos das matérias: Justiça na comunidade em São Vicente / SV: Justiça na Comunidade será amanhã / CIC de São Vicente promove projeto 'Justiça na Comunidade'/ População vicentina terá atendimento jurídico gratuito nesta terça-feira

Regiões: Baixada Santista

Veiculações: Positiva / Neutra / Positiva / Neutra

Análise

Os veículos de comunicação, TV Record Litoral, Diário do Litoral, Jornal da Orla e A Tribuna de Santos publicam reportagens sobre a ação do projeto Justiça na Comunidade, que levará para os moradores advogados e serviços de justiça. A coordenadora do Centro de Integração e Cidadania de São Vicente concedeu entrevista para a TV Record. e detalhou as regras para que as pessoas façam parte da ação. Estarão disponíveis 20 vagas para atendimento presencial.

O projeto é gratuito e foi realizado no dia 8 de dezembro em comemoração ao Dia da Justiça, segundo entrevista da coordenadora o projeto Justiça na Comunidade estava sendo realizado em outras unidades CIC espalhadas pelo Estado de São Paulo.

Pontos Positivos

Atendimento com integridade à população mais vulnerável e o acesso aos direitos dos cidadãos são destaque do trabalho realizado pelo Centro de Integração e Cidadania de São Vicente

Riscos à imagem

O preparo dos entrevistados deve ser observado. Sem habilidade para o ao vivo na televisão, a entrevistada deu informações de forma pouco coerente o que pode acarretar em erros de informação ou até uma crise gerada por uma resposta equivocada repassada em momento de nervosismo

Sugestões de Estratégias

Enquanto a Baixada Santista divulgou nos meios de comunicação que circulam localmente a ação, nenhuma outra matéria com o tema Justiça na Comunidade foi detectada nos veículos de comunicação pelo interior do Estado de São Paulo ou na capital paulista.

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

Chama a atenção que um trabalho de cidadania não seja divulgado de maneira massiva e ostensiva para que seja possível a realização dos serviços e garantido o acesso da população mais vulnerável ao atendimento de justiça.

Por isso, a assessoria de comunicação da Secretaria da Justiça e Cidadania deve coordenar o trabalho de divulgação, preparando releases com antecedência e constância promovendo de forma organizada o acesso às vagas disponíveis.

Um plano de comunicação, neste caso, pode ser orientado e acompanhado pelos coordenadores regionais dos Centros de Integração e Cidadania, que deverão passar por um processo de treinamento de mídia que ajudará na hora de conceder entrevistas e explicar qual o comportamento mais adequado diante de cada tipo de veículo.

O assunto cidadania e acesso aos meios jurídicos de forma gratuita atinge uma população, que em muitos casos, não sabe ler ou escrever e também para que seja possível chegar a informação para este público, a assessoria precisa estar atenta promovendo a pauta em rádios e veículos e Tvs.



Data: 08/12/2020

Veículos: SP Norte / Cidade Azul / TV Bandeirantes

Programas/editorias: Local / Geral / Bora lá

Títulos das matérias: Polícia Civil lacra postos de combustíveis com irregularidades na Zona Norte de São Paulo/ Operação Olhos de Lince combate fraudes em postos de combustíveis/ Operação encontra fraudes em postos de gasolina

Regiões: São Paulo / Rio Claro / São Paulo

Veiculações: Neutra / Neutra / Positiva

Análise

A operação que recebeu o nome de Olhos de Lince é destaque nos jornais SP Norte, jornal que circula na zona norte da capital paulista, Cidade Azul da região de Rio Claro, interior do Estado e no jornal da manhã da TV Bandeirantes, Bora Lá.

A operação aconteceu em conjunto entre Polícia Civil, Secretaria da Justiça e Cidadania, Procon e Ipem de São Paulo. Participaram da operação mais de 50 fiscais do Ipem-SP que autuaram postos de gasolina que lesam o cidadão com combustível adulterado ou com bombas de gasolina que apresentam um valor por litro, mas na verdade cobram outro.

O secretário estadual da Justiça e Cidadania, Fernando José da Costa, está presente na divulgação dos materiais impressos explicando como funciona um dos esquemas de fraude encontrados nos postos averiguados.

Pontos Positivos

Principalmente o material veiculado pela TV Bandeirantes, em que o apresentador elogia a ação liderada pelo Ipem-SP, fica clara a importância de combater fraudes e estar presente na vida dos cidadãos

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem.

Sugestões de Estratégias

O trabalho em conjunto com outros órgãos de atendimento ao cidadão, como a Polícia Civil requerem que seja traçado um plano de comunicação que destaque o esforço conjunto para que a gestão pública encontre caminhos para defender os interesses do cidadão.

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

Essa narrativa pode ser solidificada na imprensa através de artigos de opinião assinados pelo secretário de justiça. Esses artigos podem conter informações referentes ao atendimento e cuidado dispensado na hora de organizar e implementar parcerias públicas em ações de grande volume de apreensões e que atingem diversas instâncias.

Jornais impressos em todo Estado possuem espaço de divulgação em suas páginas de opinião, por isso, um artigo que se dirija para a população em geral tratando de levar uma mensagem de esclarecimento pode ser bem aceito e gerar um olhar positivo por parte dos cidadãos que muitas vezes sentem-se lesados e desamparados.




Data: 11/12/2020

Veículos: Costa Norte / Diário de Suzano / Portal Mix / Correio Paulista

Programas/editorias: Cidades / Região / Local / Notícias

Títulos das matérias: São Paulo entrega primeira penitenciária do Vale do Ribeira / Alto Tietê registra 163 testes de DNA em 2020, aponta Imesc / CIC Campinas distribui 1.500 marmitex para moradores da região / Ipem Verifica Balança Na Rodovia Castello Branco Em Santana De Parnaíba

Regiões: Bertiooga / Suzano / Campinas / Vale do Paraíba

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva / Positiva

Análise

Grande ação do Governo de São Paulo na região do Vale do Ribeira contou também com anúncio de ações da Secretaria de Justiça e Cidadania. Foram entregues 220 títulos de regularização fundiária para moradores da região do Vale do Ribeira. O investimento do Estado foi no valor de R\$132 mil. O trabalho de mapeamento e reconhecimento dessas áreas foi realizado pelo Programa de Regularização Fundiária Rural e Urbana do Governo de São Paulo, por meio da Secretaria da Justiça e Cidadania e da Fundação Itesp.

Os Centros de Integração e Cidadania são destaque nas reportagens publicadas no Diário de Suzano e Portal Mix. O meio de comunicação que circula na região do Alto Tietê destaca a realização de testes de DNA gratuitos à população, trazendo o número anual de 163 testes gratuitos realizados. Já o Portal Mix noticia a distribuição de alimentos no Centro de Integração e Cidadania localizado na cidade de Campinas, que promoveu a distribuição em parceria com ONGs da região.

O Correio Paulista destaca o trabalho de verificação das balanças de pesagem na Rodovia Castello Branco, próximas às cidades de Santana de Parnaíba. A rotina de verificação das balanças faz parte das ações do Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo.

Pontos Positivos

Todos os materiais destacam o trabalho contínuo dos órgãos ligados a Secretaria da Justiça e Cidadania. Porém, o jornal Costa Norte merece destaque, já que a ação resolveu definitivamente a situação de diversas famílias moradoras da região.

Riscos à imagem

O trabalho rotineiro de verificação das balanças precisa ser melhor explicado, já que gera um efeito colateral, o aumento do trânsito por um período determinado.

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

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

Sugestões de Estratégias

Os investimentos progressivos na regularização fundiária no Estado de São Paulo precisam ser amplamente divulgados. É de conhecimento público o êxodo rural e as consequências nos grandes centros urbanos. Por isso, a política pública colabora para que as populações permaneçam em suas localidades com segurança e demonstra a solidez de uma política pública de longo prazo.

A divulgação local da ação é importante, como feito no jornal Costa Norte, mas também é preciso ampliar esse trabalho de comunicação apresentando para jornais de circulação nacional o trabalho e mostrando que as políticas públicas implementadas em São Paulo podem ser exemplo para estados com menor densidade demográfica.

Outro ponto que a assessoria de comunicação pode trabalhar é a questão cultural da medida. A manutenção de comunidades em suas regiões colabora para que a história seja preservada, gerando dessa forma outro tipo de renda para as comunidades, como o turismo, por exemplo.



Data: 15/12/2020

Veículos: Blog Beto Ribeiro / Click ABC / Notícias de Campinas / Folha da Região

Programas/editorias: Cidades / Regiões / Local / Cidades

Títulos das matérias: Centro de Integração da Cidadania distribui 1.500 marmitex para moradores da região de Campinas, SP/ Prefeitura de São Paulo lança o Cate Móvel/ Centro de Integração da Cidadania distribui 1.500 marmitex para moradores da região de Campinas, SP/ Ipem-SP verifica balanças no fabricante em Araçatuba

Regiões: Campinas /ABC/ Campinas / Araçatuba

Veiculações: Positiva / Positiva / Positiva

Análise

Na região de Campinas, os meios de comunicação Blog Beto Ribeiro e Notícias de Campinas destacam a distribuição de comida para a população vulnerável, ação desenvolvida pelo Centro de Integração e Cidadania da cidade em parceria com Organizações Não Governamentais. As reportagens destacam ainda o cuidado tomado para evitar aglomerações e o contágio entre as pessoas.

O Click ABC, portal de notícias da região do Grande ABC noticia o lançamento de um serviço móvel da Prefeitura de São Paulo, que levará atendimento para os empreendedores e trabalhadores em busca de emprego. Esse atendimento será realizado mediante inscrição que deve ser feita nos Centros de Integração e Cidadania das regiões, Norte, Sul, Leste e Central.

O trabalho de verificação de produtos realizado pelo Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo, Ipem-SP é notícia no jornal Folha da Região de Araçatuba que destaca a presença de técnicos e fiscais na fábrica de balanças localizada na cidade.

Pontos Positivos

A assistência prestada de forma organizada pelos Centros de Integração e Cidadania é o destaque nos materiais analisados.

Riscos à imagem

A chegada de unidades móveis para atendimento diretamente na região onde as pessoas estão é importante, mas o cadastramento prévio pode gerar filas e trazer uma imagem negativa ao CICs. É preciso observar se esse processo é o mais indicado em um momento pandêmico.

Sugestões de Estratégias

Dados apontam que as mulheres são as que mais sofreram com a perda de direitos e emprego durante a pandemia. O atendimento que será prestado nas regiões descentralizadas por um carro móvel é bastante promissor, mas os Centros de Integração já estão localizados em regiões descentralizadas e a divulgação desses centros deve ser, primeiramente, reforçada para o público feminino.

Para isso, a equipe de comunicação pode explorar temas que atinjam diretamente as mulheres que são arrimo de família e lembrar do oferecimento de cursos nos CICs que possam qualificar essa mão de obra para que, quando o trabalho de empregabilidade lhe for oferecido, haja compatibilidade do perfil do candidato com as vagas disponíveis.

Para que essas comunicações sejam efetivas é preciso explorar os meios televisivos, com destaque para os programas de entretenimento matinais. O oferecimento de pautas com agendas de serviço nem sempre ganham espaço nesses programas, por isso, caberá a assessoria encontrar personagem.



Data: 17/12/2020

Veículos: Semanário Zona Norte / Registro Diário / Jornal da Franca / Portal Mix

Programas/editorias: Entrevista / Cidades / Local / Notícias

Títulos das matérias: Jornal Semanário da Zona Norte recebe a visita do secretário da Justiça e Cidadania, Fernando José da Costa, e encerra o ano de 2020 com muito sucesso/Operação Olhos de Lince: saiba o que dizem os postos autuados por irregularidades/ Ipem-SP reprova 11% dos produtos típicos das ceias de final de ano/ CIC Grajaú forma turmas em cursos de qualificação profissional

Regiões: Capital/ Vale do Ribeira / Franca / Capital

Veiculações: Positiva / Neutra / Neutra / Positiva

Análises

O jornal de bairro, Semanário da Zona Norte, destaca com grande foto na capa a visita à redação do jornal realizada pelo secretário da Justiça e Cidadania, Fernando José da Costa.

Na ocasião, segundo relata o jornal a conversa com o secretário tratou de assuntos pertinentes a Pasta, com destaque para o IPEM-SP - Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo, órgão ligado à Secretaria da Justiça e Cidadania.

O jornal publica uma entrevista no formato ping-pong com mais de três páginas ilustrada com imagens de outros visitantes que passaram pelo jornal.

O secretário da Justiça e Cidadania, Fernando José da Costa respondeu questionamentos e fez breves explicações de como pretende unir as diversas autarquias ligadas a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo

Já os jornais Registro Diário e Jornal da Franca destacam ações realizadas pelo Ipem-Sp, uma de olho da bomba de combustíveis adulterada e a outra matéria sobre a venda de produtos comuns no período de Natal na casa dos paulistas.

Por fim, o Portal Mix destaca a ação do CIC Grajaú que finalizou as aulas dos cursos de manicure, depilação e informática ministradas em parceria com o Fundo Social, na unidade do Centro de Integração e Cidadania do Grajaú.

Pontos Positivos

É bastante informativa a entrevista que fala muito sobre Pasta de Justiça e também destaca as medidas que serão adotadas pelo secretário em futuro próximo.

As reportagens também denotam o caráter importante e de proteção que o Ipem e o CIC prestam para toda a população.

Riscos à Imagem

Não foram detectados riscos à imagem em nenhum dos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

O secretário fala de maneira bastante abrangente sobre os planos, mas não pontua de uma maneira que o grande público entende, em primeiro lugar, qual a função da Secretaria da Justiça.

Nestes casos, um treinamento de mídia pode preparar o entrevistado para usar uma linguagem mais clara e adequada ao público. Um jornal de bairro é formado por leitores locais, na maioria das vezes buscando informações que os atinjam diretamente. Por isso, seria interessante levar dados e números que representam aquela população, como por exemplo, quantos atendimentos o Procon já realizou para pessoas residentes na zona norte da cidade de São Paulo.

A uma grande empatia em atender veículos de circulação menor e por consequência uma garantia de que o tratamento do material terá um viés mais positivo, explorar esses espaços é importante, mas também é preciso usar a estratégia de visitar redações de grandes jornais e conseguir espaços de divulgação das políticas e projetos de forma gratuita e empática.

O Fundo Social aparece como um parceiro na realização de atividade no CIC Grajaú, porém não é especificado em quantos locais essa parceria está distribuída, tão pouco se ela é duradoura e pode ser levada para demais locais de atendimento. Aqui, cabe a sugestão de já noticiar quando será iniciado o próximo atendimento, as novas turmas, gerando um novo possível espaço de divulgação nos veículos de comunicação para quando as turmas fossem abertas.



Data: 18/12/2020

Veículos: Portal Mix Vale / Jornal Empresas e Negócios / Revista Crescer / Santa Portal / O Dia / Gazeta SP

Programas/editorias: Região / Negócios / Saúde / Geral / Geral / Cotidiano

Títulos das matérias: CIC Ferraz de Vasconcelos faz doação para crianças do Projeto Bombeiros Mirins/ Ipem-SP alerta para cuidados nas compras de Natal/ #SOSAcidentes Domésticos: Mãe lembra desespero após filha de 3 anos engolir bateria: 'Em 3 horas, já saiu corroída'/ Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo reprova 11% dos produtos natalinos/ Ipem reprova 11% dos produtos típicos da ceia de Natal de fim de ano/Ipem reprova 11% dos produtos típicos da ceia de Natal de fim de ano

Regiões: Ferraz de Vasconcelos / São Paulo / Nacional / Santos / São Paulo / São Paulo

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

Análise

Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo - Ipem, é tema de matérias publicadas nos jornais Empresas e Negócios, O Dia, Santa Portal e Gazeta de São Paulo com matérias sobre o período natalino e os cuidados que o consumidor deve ter na hora de adquirir produtos. Também é tema, o trabalho de fiscalização realizado pelo Ipem que reprovou produtos mais comumente consumidos nesta época do ano. Segundo a pesquisa do instituto, 2 dos 18 produtos analisados não apresentaram a mesma quantidade de produto que anunciavam. O portal de informações Portal Mix Vale publica a ação realizada no Centro de Integração e Cidadania de Ferraz de Vasconcelos que doou salgadinhos, guloseimas e produtos de higiene pessoal e limpeza para 90 crianças do projeto Bombeiros Mirins e Juvenis.

Já no matéria de saúde veiculado na Revista Crescer o Ipem-Sp aparece trazendo um dado de número de acidentes domésticos causados por ingestão de baterias. Na reportagem, são destacados casos de ingestão de bateria por crianças e a situação preocupante que os pais enfrentam ao lidar com esse problema.

Pontos Positivos

Todos os materiais destacam a importância das autarquias que prestam atendimento para a população de São Paulo.

Riscos à imagem

Não foram detectados riscos à imagem dos órgãos ligados a Secretaria da Justiça e Cidadania de São Paulo.

Sugestões de Estratégias

A Revista Crescer mostra um exemplo de como o Ipem-SP pode estar presente de maneira positiva em materiais variados, até mesmo em pautas de saúde.

Para isso, cabe a assessoria de comunicação a tarefa de criar espaços de divulgação criativos e focados em públicos específicos. Olhar para as demandas mais comuns na vida das pessoas, tal qual fez a Revista Crescer, que ao falar sobre os acidentes domésticos trouxe outras informações, principalmente relacionadas a prevenção.

A assessoria de comunicação da Secretaria da Justiça e Cidadania pode, ainda, unir uma pauta com dados do Ipem, fiscalização do Procon e atendimento cidadão nos Centros de Integração e Cidadania e através de uma divulgação, com uma veículo de imprensa escolhido com critérios, permitir que seja desenhada uma narrativa de aproximação com o cidadão.

Por exemplo, o Ipem checa a qualidade dos testes de gravidez, o Procon fiscaliza fábricas e como esses testes estão sendo distribuídos, vendidos e armazenados os Centros de Cidadania distribuem testes de paternidade para garantir o direito das crianças, ou seja, há a necessidade de atuação de todos os órgãos em conjunto para proteger, no final, a vida e direitos dos cidadãos, no caso acima, principalmente de mulheres e crianças.



Data: 19/12/2020

Veículos: Portal Mix Vale / Folha da Cidade / Empresas e Negócios / Blog Beto Ribeiro

Programas/editorias: Região / Cidades / Local / Economia

Títulos das matérias: Mais de 300 animais são castrados durante ação realizada no CIC Grajaú/ Em Araraquara, Ipem realizará verificação de radar na avenida Padre José de Anchieta/ Ipem-Sp alerta para cuidado nas compras de Natal/Ipem-SP reprova 11% dos produtos típicos das ceias de final de ano/ Ipem reprova 11% dos produtos típicos das ceias de final de ano

Regiões: São Paulo / Araraquara / Capital / Araras

Veiculações: Positiva / Neutra / Neutra / Neutra

Análise

Uma parceria entre o CIC Grajaú e uma unidade móvel chamada Patas de Ouro realizou um mutirão de castração de cães e gatos na zona sul de São Paulo. A informação foi notícia no Portal Mix, que publicou dados da ação e um breve texto ao final explicando o que são os Centros de Integração e Cidadania e quais serviços são prestados à população.

Os veículos de comunicação Empresa e Negócios e Blog Beto Ribeiro destacam a ação do Ipem que reprovou 11% dos produtos mais utilizados durante o período de festas natalinas. A ação do Ipem-SP checkou embalagens e informações de quantidade contidas nos produtos.

Em Araraquara, a ação local do Ipem-Sp de verificação de radares foi notícia na Folha da Cidade que esclareceu aos moradores da região o trabalho de verificação de radares que é uma atribuição do Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo, ligado a Secretaria da Justiça e Cidadania do Estado.

Pontos Positivos

Todas as matérias trazem pontos positivos. Mas o material do CIC é o que mais demonstra a importância dos trabalhos conjuntos realizados pelo governo

Riscos à imagem

Não foram percebidos riscos à imagem dos órgãos estaduais nas matérias analisadas.

Sugestões de Estratégias



O Centro de Integração e Cidadania da região do Grajaú realizou a castração de mais de 300 animais. A medida atinge diretamente a situação de saúde sanitária da região, que sofre com o abandono de animais, deixando para o Estado a responsabilidade de gerir questões de saúde no local também.

Por isso, cabe um trabalho de comunicação em três momentos distintos, um antes da ação de castração, um durante o trabalho e um outro ao término. Dentro de um plano de comunicação que dê visibilidade ao trabalho realizado em parceria, mas que também seja capaz de mostrar a modificação permanente que o trabalho do CIC gera na região.

Antes da ação de castração, e em conjunto com a comunicação da Secretaria da Saúde do Estado é possível criar pautas para a imprensa sobre o abandono de animais e os riscos à saúde. Qual a importância das pessoas serem responsáveis por seus animais de estimação e de que forma o governo vem agindo.

Durante a ação, é preciso ser realizada uma cobertura ampla do evento, com imagens em vídeo e fotos. Veículos de imprensa podem ser convidados para horários distintos mostrando a atuação dos voluntários e o trabalho do CIC.

Após o evento, é necessário divulgar um texto com dados de como essa castração evitará a superpopulação de animais na região e também, como será possível ampliar a ação para outros Centros de Integração da Cidadania.

Data: 20/12/2020

Veículos: Diário de Suzano / Jornal da Manhã

Programas/editoriais: Região/ Economia

Títulos das matérias: Alto Tietê registra 163 testes de DNA em 2020, aponta Imesc / Ipem-SP reprova 11% dos produtos típicos do Natal

Regiões: Alto Tietê / Marília

Veiculações: Positiva / Neutra

Análise

○ Centro de Integração da Cidadania é notícia no jornal Diário de Suzano que mostra um balanço das ações de testagem de DNA nos 17 CICs espalhados em todo o estado de São Paulo. A matéria esclarece quantos testes foram realizados e dá o endereço do Centro de Integração e Cidadania localizado na região do Alto Tietê.

A região de Marília acompanha a divulgação feita pelo Ipem-SP sobre a reprovação de produtos consumidos pelos brasileiros durante o período natalino. O jornal da Manhã mostra que o Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo (Ipem) pesquisou entre os 18 produtos mais consumidos durante o período de festas e dois foram reprovados por não apresentar pesos e medidas conforme especificado no pacote.

Pontos Positivos

Balanço do trabalho de duas autarquias ligadas a Secretaria da Justiça e Cidadania de forma positiva

Riscos à imagem

Não foram detectados pontos sensíveis nas matérias analisadas.

Sugestões de Estratégias

Enquanto o Instituto de Pesos e Medidas ganha visibilidade com uma ação rotineira, o Centro de Integração e Cidadania muda a vida de dezenas de famílias com a distribuição, organização e realização de testes de DNA.

Os dois órgãos prestam serviços diferentes, porém ambos atuam na vida dos cidadãos e o trabalho de comunicação precisa reconhecer e atrelar as situações para construir no imaginário coletivo uma imagem de atuação em vários campos na vida do cidadão.

Para isso, é preciso que o órgão que centraliza todos esses dados passa a fazer parte dos materiais informativos sobre as ações que estão sendo realizadas. Ao término de cada release é importante colocar um breve resumo sobre a autarquia ou projeto em questão sempre utilizando neste resumo a informação de que o trabalho é realizado por meio da Secretaria da Justiça e Cidadania.

Com a informação mais diluída e principalmente formando um ponto em comum entre Ipem, Procon e CIC os cidadãos farão a analogia e entenderão que o trabalho de cidadania passa por uma atendimento digno em várias esferas.





Data: 28/12/2020

Veículos: UOL / IstoÉ Dinheiro / Diário da Região / Conjur

Programas/editorias: Economia / Negócio / Consumidor / Geral

Títulos das matérias: Procon-SP orienta consumidores sobre trocas de presentes de Natal/Procon-SP multa Coca-Cola em R\$ 10 milhões por falha em ação promocional/ Procon-SP orienta sobre direitos do consumidor na troca de presentes/Procon-SP multa Coca-Cola em R\$ 10 milhões por falha em promoção

Regiões: Nacional / Nacional / São José do Rio Preto / São Paulo

Veiculações: Neutra / Neutra / Neutra / Neutra

Análise

Os sites de comunicação IstoÉ Dinheiro e Conjur noticiam a multa aplicada pelo Procon-SP na empresa multinacional fabricante de refrigerantes, Coca-Cola, no valor de R\$ 10 milhões. A multa foi aplicada segundo o Procon-SP devido ao não cumprimento de regras promocionais e o grande número de reclamantes que procuraram o Procon para reclamar.

No UOL o tema foi também voltado aos consumidores mas com dicas fornecidas pelo Procon-SP para que aqueles cidadãos que precisarem trocar suas compras de Natal adquiridas pela internet tenham uma experiência positiva. Esse tema também foi destaque no jornal Diário da Região que circula na cidade de São José do Rio Preto.

Pontos Positivos

Utilizar o factual, ou seja, o momento natalino para esclarecer dúvidas sobre devolução de presentes na internet mostra que o Procon-SP está preocupado em funcionar conforme as necessidades dos cidadãos

Riscos à imagem

Não foram percebidos riscos à imagem.

Sugestões de Estratégias

O uso do factual é importante na hora de divulgar serviços, mas também é importante recorrer ao tema de direitos do consumidor ao longo do ano, já que grande parte da população passou a fazer compras pela Internet de uma forma massiva e consistente, com as questões relacionadas à pandemia.

Para isso, a assessoria de comunicação da Secretaria da Justiça e Cidadania pode promover workshops que tratem do assunto de maneira leve e descontraída, mas que informem ao consumidor quais são seus direitos e deveres na hora de realizar suas compras on-line.

Esses eventos devem ser on-line e podem ter duração de 30 minutos, com apresentação de um membro do PROCON-SP que fale sobre os cuidados e também traga experiências reais para compartilhar com os espectadores.

Um canal no Youtube ativo para essa divulgação poderá se tornar um local de tira dúvida para os consumidores, que poderão, inclusive, evitar problemas sabendo melhor de seus direitos



pridea.
comunicação

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



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



EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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




Fluxo de Trabalho: acompanhamento e revisão permanente de procedimentos

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

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

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

Ferramentas e Gestão de Processos

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

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

Seguem algumas das nossas ferramentas:

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



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

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

[Handwritten signature and initials]



- **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

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

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

visual de cada cliente, peças, fotos e imagens a serem compartilhadas como forma de agregar e enriquecer o conteúdo nos diferentes canais.

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

Contas Públicas: experiência e projetos de sucesso

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

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

A Agência também atendeu contas públicas nos âmbitos federal e municipal, como EMBRAPPII (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) – ligada ao Ministério da Ciência Tecnologia, Inovações e Comunicações, do Governo Federal – e pastas municipais, como a Secretaria das Prefeituras Regionais de
Rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Conjunto 91
Jardim Paulistano | São Paulo - SP | CEP 01443-010 | Tel: 11 3807.6146

São Paulo, principal braço de zeladoria da maior cidade da América Latina; a Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo; a Secretaria de Relações Institucionais; e a Secretaria de Educação do município.

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

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

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

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

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

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

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ARTESP: AS MELHORES ESTRADAS DO PAÍS

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

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

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

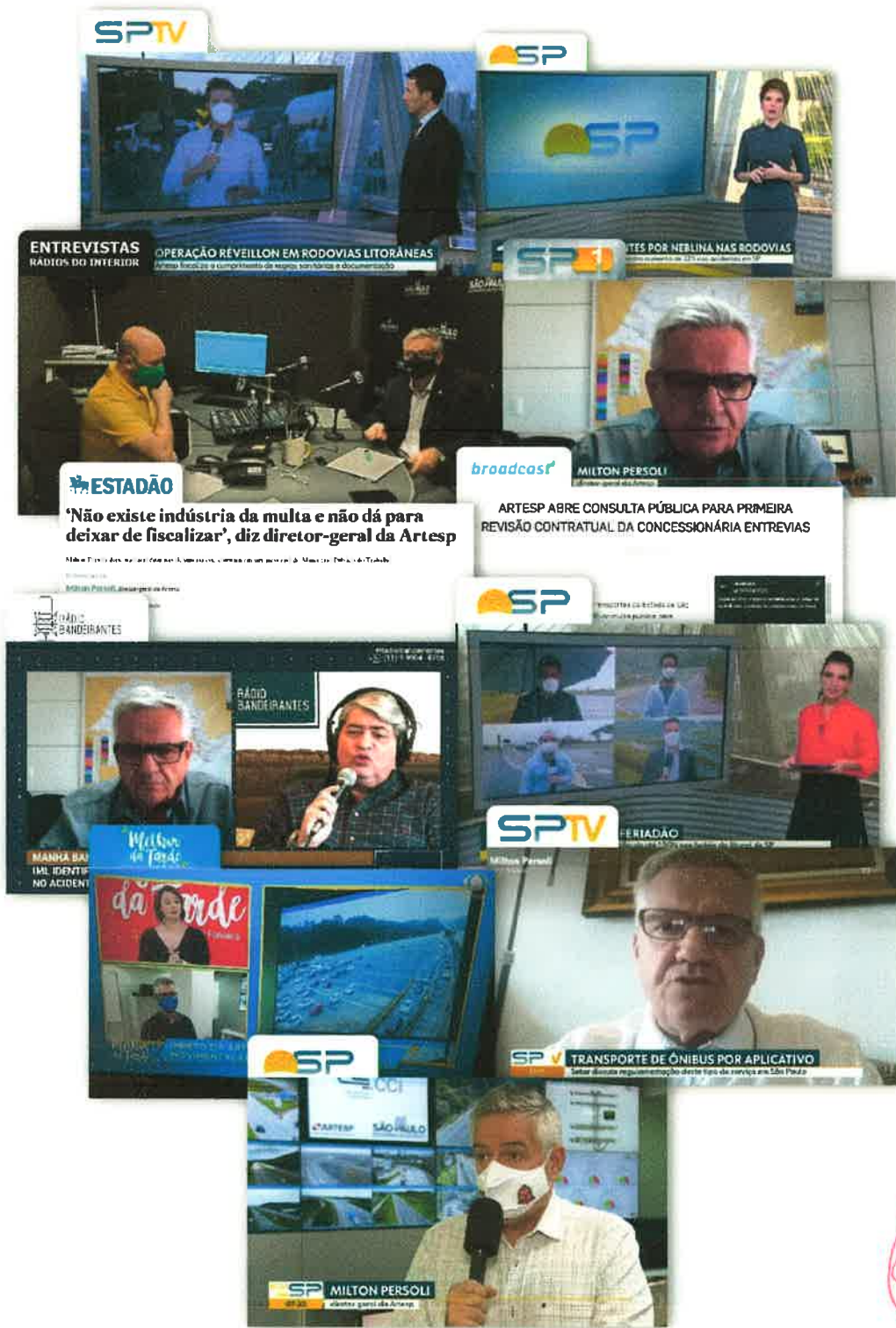
- **Criação de agência de notícias interna:** a partir de levantamento de informações nas áreas da ARTESP, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em duas notícias geradas e divulgadas diariamente, garantindo exposições qualificadas em mais diversos canais. Foram mais de 9.300 exposições em sete meses, média de 44 reportagens sobre a ARTESP por dia.

- **Criação de autoridade:** com maior produção de conteúdo, a ARTESP passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como segurança de rodovias, monitoramento, contratos de concessão, modernização, inovação e tecnologia. Dessa forma, em 210 dias de atuação, 122 entrevistas qualificadas para grandes veículos foram concedidas.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da agência, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação técnica do órgão.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas, das concessionárias e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a fiscalização de ônibus regulares e fretamento.
- **Acompanhamento de operações de rodovia:** a equipe de jornalistas passou a integrar as equipes de fiscalização nas rodovias do Estado, acompanhando as ações e convidando jornalistas locais a conhecerem a realidade das regras para fazer transporte de passageiros em São Paulo. A iniciativa rendeu maior conhecimento dos jornalistas sobre as atribuições da ARTESP, mostrando os resultados práticos das operações.
- **Acompanhamento de eventos de inauguração:** comunicação em eventos como a inauguração de obras nas rodovias, organização de coletivas e de material a ser distribuído.
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente, em edições matutinas e vespertinas encaminhadas para os principais gestores da ARTESP.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital 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 Prieda 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:

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



ESTADÃO
'Não existe indústria da multa e não dá para deixar de fiscalizar', diz diretor-geral da Artesp
Milton Persoli, diretor-geral da Artesp, em entrevista ao Estadão.

broadcast
ARTESP ABRE CONSULTA PÚBLICA PARA PRIMEIRA REVISÃO CONTRATUAL DA CONCESSIONÁRIA ENTREVIAS

SP
TRANSPORTE DE ÔNIBUS POR APLICATIVO

[Handwritten signature in red and blue ink]

DETRAN: A REVOLUÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

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

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

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

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

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

Resultados das divulgações na Semana Nacional de Trânsito de 2020:

SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO 2020

TOTAL DE MATÉRIAS: 1.146

100% POSITIVAS

82% A MAIS DO QUE EM 2019

CONFIRA OS DESTAQUES!

GLOBO

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

SP **SP**

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

SP1 **SP1**

18/09/2020 **21/09/2020**

NEWS **NEWS**

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

SP **NEWS**

[Handwritten signatures and scribbles in blue and red ink]

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:



[Handwritten signatures and scribbles in red and blue ink]

EDUCAÇÃO PAULISTA: A MAIOR REDE DE ENSINO DA AMÉRICA LATINA

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Handwritten signature and initials: a large red scribble and the number '97' at the bottom right.

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:

DIRETORIA DE ENSINO DE MIRANTE DE PARANAPANEMA

BOLETIM INFORMATIVO DA EDUCAÇÃO

NEWS GEEKIE

#Novidadenoestudo

Chegou uma nova forma de você, aluno da rede estadual de São Paulo, se preparar para o **Enem** e para o **vestibular** pela internet

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO

Boletim do Professor

Professores da rede estadual de SP recebem novo aumento de 7% em julho

Reajuste promovido anualmente desde 2011 e o quarto e dez por cento da Política Salarial desde a Secretaria

Boletim do Professor

Professores da rede estadual de SP recebem novo aumento de 7% em julho

Reajuste promovido anualmente desde 2011 e o quarto e dez por cento da Política Salarial desde a Secretaria

Usoários do Geekie

24,6 pontos a mais no Enem

3,1 milhão de alunos no Brasil

A ferramenta digital chamada **Geekie** torna a preparação para as provas mais divertida, interessante e produtiva. O acesso é totalmente gratuito e aberto 24 horas por dia.

Usoários do Geekie

24,6 pontos a mais no Enem

3,1 milhão de alunos no Brasil

A ferramenta digital chamada **Geekie** torna a preparação para as provas mais divertida, interessante e produtiva. O acesso é totalmente gratuito e aberto 24 horas por dia.

Boletim do Professor

Professores da rede estadual de SP recebem novo aumento de 7% em julho

Reajuste promovido anualmente desde 2011 e o quarto e dez por cento da Política Salarial desde a Secretaria

Ação Inspiradora

Educar é Inspirar além dos muros da escola

Por Isso, a Assessoria de Comunicação convida a sua Diretoria de Ensino a compartilhar as ações inspiradoras desenvolvidas nas escolas estaduais administradas pela regional. Programas, projetos, histórias de professores, diretores, alunos e comunidade que fazem a diferença são bem-vindas!

Vamos, juntos, multiplicar as boas práticas.

Para dividir a experiência é só escrever para: educacaoinspira@educacao.sp.gov.br

O mais legal é que você vai poder acessar essa ferramenta de qualquer lugar. Basta ter acesso à internet! Na sua escola, o **Geekie** incorporado às aulas de Preparação Acadêmica e lá você pode dividir e dividir dicas de estudo com seus amigos de classe.

As informações sobre o cadastro estão reunidas em uma página: educacao.sp.gov.br/geekie

A ferramenta é inédita nas escolas estaduais e, entre elas a que você estuda, foram escolhidas cinco. Por isso, você está convidado a ajudar a escola.

Compartilhe esse link.

CONVOQUE SUA TROPA E VOTE

NO NOME QUE VOCÊ ACHAR MAIS LEGAL PARA O NOSSO PROJETO

O nome mais votado será divulgado no www.educacaosp.gov.br e pelas redes sociais da [facebook.com/EducaSP](https://www.facebook.com/EducaSP) e [Twitter](https://twitter.com/educacaosp).

A partir de 2014, o plano de carreira dos professores da rede estadual de ensino de São Paulo, aprovada e aprovada pelo Conselho Estadual de Educação em 2013, prevê um aumento de 7% em julho de 2014 e o quarto e dez por cento da Política Salarial desde a Secretaria.

A nova política salarial e acordada com o plano de carreira, que foi aprovado pelo Conselho Estadual de Educação em 2013, prevê um aumento de 7% em julho de 2014 e o quarto e dez por cento da Política Salarial desde a Secretaria.

Carreira

Projetos Pedagógicos

De olho no meio

Exemplos de produtos impressos desenvolvidos:



Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



[Handwritten signature]
[Handwritten initials]
101

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 é, 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

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

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

Handwritten signature or initials in blue ink.

Handwritten signature or initials in blue ink.

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:



[Handwritten signature in red and blue ink]

NA CAPITAL PAULISTA

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



[Handwritten initials 'CA' in blue ink]

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;

Handwritten signature or initials in blue ink.

Handwritten mark or signature in blue ink.

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

Peças produzidas:



[Handwritten signature in red and blue ink]

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



Handwritten signature in blue ink.

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

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

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

Entre as atividades realizadas estão:

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

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

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

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

Alguns exemplos de reportagens sobre o Recicla Sampa:

ilustrada
MÔNICA BERGAMO
Um litérário de coleta seletiva de lixo em cada bairro de SP poderia ser consultado no site Recicla Sampa que será lançado nesta quinta (7). A iniciativa é resultado de uma parceria entre as concessionárias Loge e Ene e a empresa da Anuld

folha de SP PAULO
BLOG AVENIDAS
A Prefeitura quer rastrear moradores pelo celular para aumentar reciclagem em SP

ISTO É
São Paulo lança movimento para ampliar coleta seletiva na capital

Plataforma pretende ampliar coleta seletiva em São Paulo

SAIBA COMO USAR FERRAMENTA SOBRE RECICLAGEM EM SP

PENSE LEVE
Entre na moda da MARMITA

Coleta seletiva: conscientização e informação

CRUZEIRO DO SUL
INFORMAÇÃO LIVRE
Coleta seletiva

Lixo. Programa quer incentivar reciclagem

DIRETO DA FONTE SONARACY

Recicla & recicle

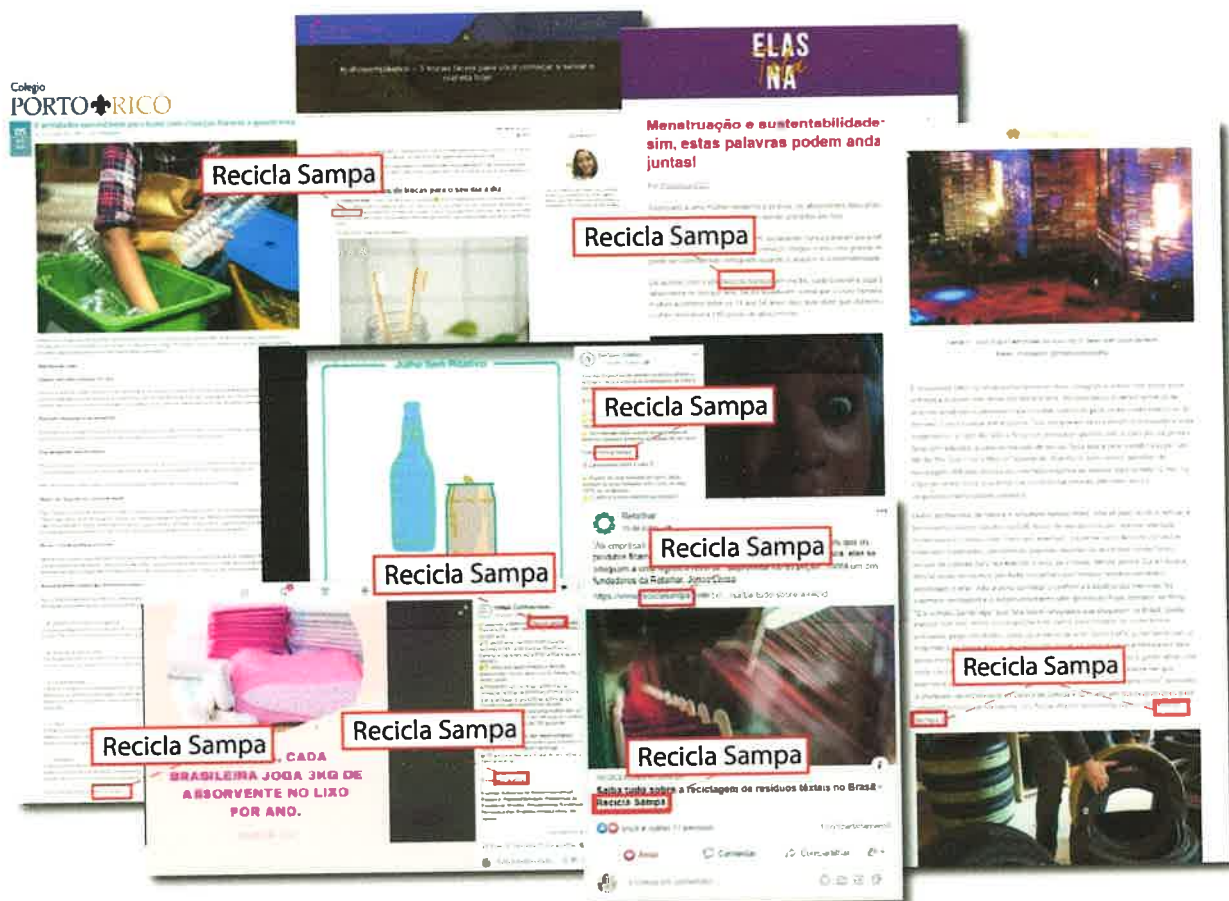
Recicla Sampa entra em campo esta tarde

Handwritten signatures in red and blue ink.



Handwritten signature in blue ink and the number '114'.

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



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

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

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

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



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:



(Handwritten signatures and scribbles in pink and blue ink)

GOVERNO FEDERAL

Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPPII)

Desde fevereiro de 2015, a **Pridea Comunicação** coordena as atividades de Comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPPII). 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 EMBRAPPII 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 EMBRAPPII, 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 EMBRAPPII. 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 EMBRAPPII. 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:



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

EMBRAPII INFORMA
MARÇO 2020

Nova modalidade
para pesquisas empresariais na ROTA 2030

A ROTA 2030 oferece a modalidade de Pesquisa e Inovação em uma nova forma de contratação para apoiar as pequenas empresas e startups na busca por ROTA 2030. Você conhece projetos de P&D em sua empresa? Queremos saber disso! Manifeste seu interesse conosco através do site www.embapii.com.br ou pelo e-mail rotas@embapii.com.br. Queremos conhecer mais sobre sua atividade e ajudar!

R\$ 50 milhões

PARTICIPE DA PESQUISA
INOVAÇÃO & CIÊNCIA

DA TENDÊNCIA GLOBAL
Nas questões de saúde

EMBRAPII oferece a modalidade de Pesquisa e Inovação

NA
ROTA 2030
DA INOVAÇÃO
DECEMBER DE 2019

EMBRAPII

Novidade para pequenas empresas e startups:
50% do seu projeto financiado com recursos não reembolsáveis

A EMBRAPII Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial anunciou neste mês uma nova modalidade para projetos de startups e pequenas empresas na área de Mobilidade e Logística. Agora elas podem contar com até 50% de recursos não reembolsáveis para projetos de inovação na Rota 2030. São beneficiadas empresas com Pontos Diferenciais Rota (PDI) de até o dobro da média de referência (R\$ 60 milhões).

VOCÊ JÁ CONHECE O
CANAL DA INOVAÇÃO?

EMBRAPII
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

MODELO DE FINANCIAMENTO
TRIPARTITE

EMBRAPII (os não-reembolsáveis)

1/3

2/3

PROJETOS DE INOVAÇÃO

Empresas beneficiadas

EMBRAPII DAY
ON-LINE

NÓS LEVAMOS A INOVAÇÃO ATÉ VOCÊ

EMBRAPII
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

EMBRAPII NA BAHIA

EMBRAPII
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

UNINDO EMPRESAS E INSTITUTOS DE PESQUISA PELA INOVAÇÃO

EMBRAPII

Mais de **R\$1,5 bilhão** em investimentos

Mais de **963** projetos apoiados

Mais de **661** empresas apoiadas

87 startups criadas

Setor de Inovação 2020

A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII) organiza todo mês em Salvador os RCTs, I&D e IPI, tornando possível aos recursos não reembolsáveis o aumento da competitividade das empresas em pesquisa, inovação e tecnologia R+D, e também, fortalece o setor de inovação.

PARCELOS EMBRAPII

- Financiar recursos para pesquisa e desenvolvimento
- Ajudar desde a concepção até a comercialização
- Realizar projetos de inovação em parceria
- Realizar projetos de inovação em parceria
- Realizar projetos de inovação em parceria
- Realizar projetos de inovação em parceria
- Realizar projetos de inovação em parceria
- Realizar projetos de inovação em parceria

EMBRAPII

117 projetos aprovados

R\$325 milhões em recursos não-reembolsáveis

51 empresas beneficiadas em Salvador

77 fora de estado

15 avaliações de I&D

2 LIVRETORES EMBRAPII

CORNER ALGUNS EXEMPLOS

EMBRAPII

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

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:



[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten signature in blue ink]

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

ISA MOURA LEROUX, PAULO SALDIVAL, DA USP, EXPLICAM A SITUAÇÃO DA SAÚDE DA POPULAÇÃO



Um diagnóstico alarmante: São Paulo é considerada uma das cidades mais obesas do mundo. Além disso, a população sofre com altos índices de doenças respiratórias, como a bronquite crônica. Segundo o médico Paulo Saldival, da USP, isso está diretamente ligado ao estilo de vida sedentário e à má qualidade do ar.

Leandro Karnal reúne suas crônicas

Editor do Estado lança novo livro com textos publicados por 50 anos nos almanacs de São Paulo



PERFIL
Criado por Jaime Pinsky para levar acadêmicos e um público amplo, editora Cosentino completa 30 anos em cedei a apêlos cotidianos. For Los Angeles, Califórnia, para Valor, de São Paulo

Conhecimento em circulação

Este livro reúne 50 anos de crônicas de Leandro Karnal, publicadas no Estado de São Paulo. O autor aborda temas diversos, desde a política até a cultura, com um estilo característico de ironia e observação social.

Como Mutilo o Brasil



Este livro discute o impacto econômico e social de grandes eventos e obras de infraestrutura no Brasil. O autor analisa como a busca por crescimento rápido pode levar a consequências negativas para a população e o meio ambiente.

Régua e compasso

Um livro que explora a história e a importância da arquitetura e do planejamento urbano. O autor discute como a forma das cidades é moldada por decisões políticas e sociais.





Lista

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. Janyne Martini e Patrícia Reuillard.
INTROD. Jaime Pinsky.
Contexto, 272 pp.
R\$ 49,90

36 Quatro cinco um setembro 2017



PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

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





ARTESP

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

Atendimento: 06/05/2020 até o momento.



DETRAN.SP

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

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

Atendimento: 21/09/2020 até o momento.



Secretaria Municipal de Educação de São Paulo

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

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



Grupo A Educacional

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

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




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






BRG – Berkeley Research Group

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

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




	<p>Edições Sesc</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>Selo Sesc</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>Editora Contexto</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>



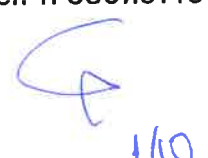
	Atendimento: 01/03/2017 a 01/11/2018.
	<p>Urban Systems</p> <p>Atuando no Brasil há 18 anos, a Urban Systems é uma empresa de inteligência de mercado e soluções estratégicas que busca mitigar riscos de investimentos em projetos de desenvolvimento urbano, imobiliário e econômico. Já realizou análises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


f

138

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

	<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>KoneLoko</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>Incorplan Engenharia</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>FormArte</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>Chapa Democracia</p> <p>Concorrente nas eleições para o Conselho Deliberativo do Clube Atlético Paulistano (CAP), a Chapa Democracia é formada por candidatos e apoiadores que desejam maior participação dos sócios nas decisões do Clube sempre com ética, transparência e dedicação.</p> <p>Atendimento: 12/07/2017 a 04/12/2019.</p>

ESTRUTURA FÍSICA; INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

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

Estrutura Instalada

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

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

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

Assessoria de Imprensa

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

Redes Sociais, Produtos Gráficos, Produtos Digitais e Design Gráfico

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

Monitoramento de Imprensa, Coordenação Executiva e Produção de Relatórios

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

Diretoria

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

Departamento Administrativo e Financeiro

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

Departamento Técnico

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



142

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

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

143

- 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
- Mobiledit Compelson Mobiledit 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

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

- 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 Justiça e Cidadania**, pasta vinculada ao Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

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

As duas etapas iniciais – **Diagnóstico e Planejamento** –, desenvolvidas a partir das diretrizes e necessidades da **Secretaria de Justiça e Cidadania**, 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 Justiça e Cidadania**. Tal ação será facilitada devido à experiência da pasta na área pública. Nesta fase será possível explorar os desafios, as variáveis e os eventuais problemas que possam servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

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

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

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

2 - PLANEJAMENTO

Prazo de Execução:

5 dias após o diagnóstico

Este será o momento de pensar o futuro, de elaborar como será a base da comunicação da **Pridea**. Ao longo do tempo, a rotina permitirá que o trabalho se molde à expectativa da **Secretaria de Justiça e Cidadania**, 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 Justiça e Cidadania** 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:

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

148

- Calendário de atividades, eventos, possíveis problemas e oportunidades;
- Papers de posicionamento, Q&A e demais informações;
- Indicações de melhores práticas e procedimentos para gestão de crises;
- Press-kits;
- Mailings de imprensa;
- Perfis de veículos, jornalistas e demais formadores de opinião;
- Contatos de porta-vozes e demais técnicos e gestores da **Secretaria de Justiça e Cidadania**;
- 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 Justiça e Cidadania** e a Secretaria Especial de Comunicação receberão um relatório quinzenal e um relatório mensal de avaliação. A saber:

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

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

Metodologia de Atendimento

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

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

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

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

De forma sucinta, a **Pridea** elenca abaixo processos para o pronto atendimento que poderão ser implantados conforme a definição da **Secretaria de Justiça e Cidadania**, 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 Justiça e Cidadania** 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

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

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

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

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

Relatórios

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

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

- Sumário executivo: texto resumindo o acontecido em relação à imprensa no mês, com as ações tomadas pela Assessoria;

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

Divisão da Equipe – 06 Profissionais

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

- **Coordenação Geral**

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

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

Coordenação Geral: Flávia Gonzalez de Souza Braz

- **Gerência de Imprensa – Manhã**

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

Gerente de Imprensa: Juliana de Sordi Gattone

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

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

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

Gerente de Imprensa: Wania Aparecida Torres da Silva

- **Assessor de Imprensa**

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

Assessor: Lazaro Silva Bueno de Oliveira

- **Gerência de Banco de Dados**

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

Gerente de Banco de Dados: Ana Lucia Venerando

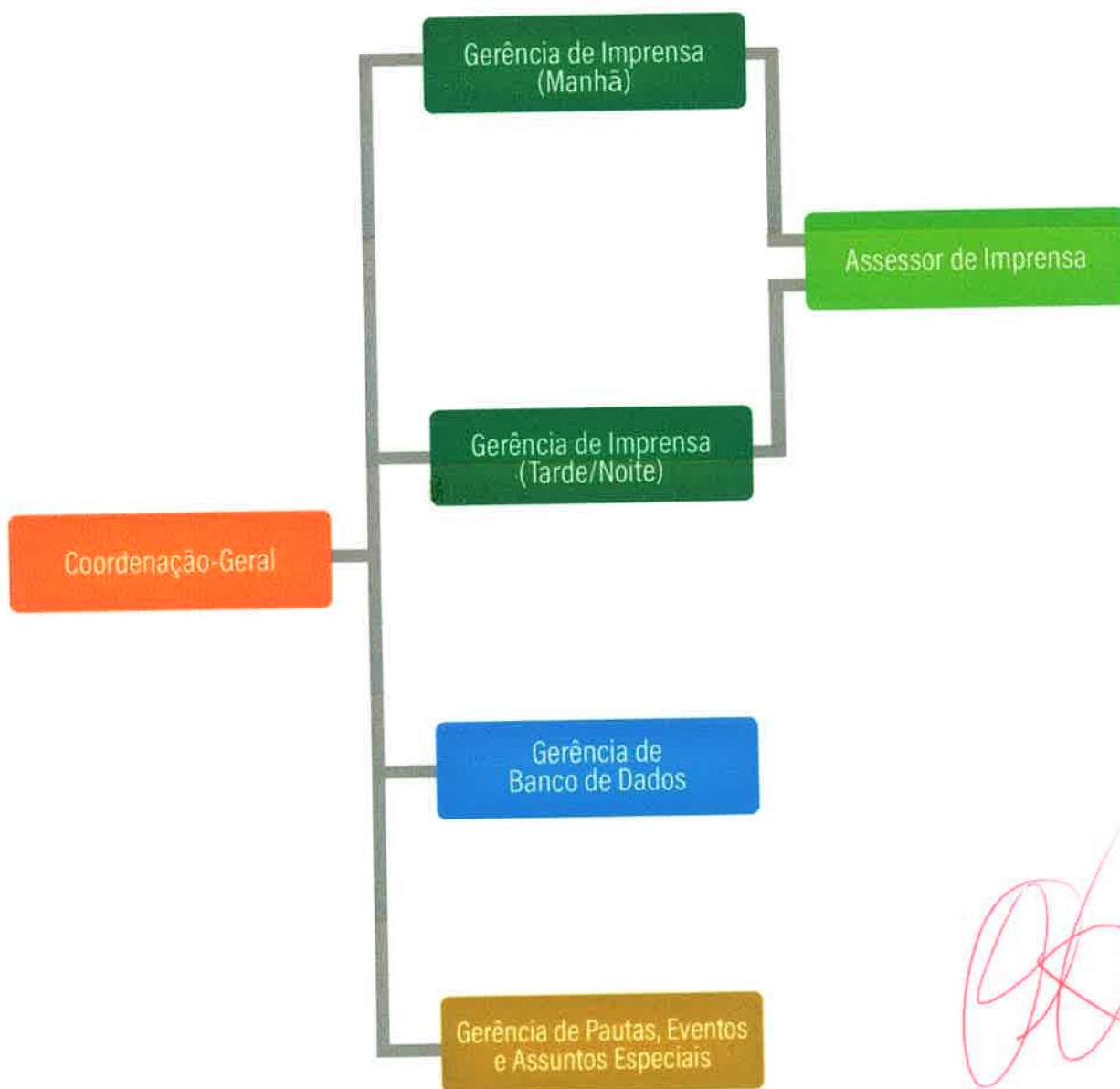
- **Gerência de Pautas, Eventos e Assuntos Especiais**

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

Gerente: Marcelo Moreira da Silva

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

Organograma Equipe Secretaria de Justiça e Cidadania



[Handwritten signature]

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

4-Lazaro 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

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

159

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.

f

f

São Paulo, 14 de Julho de 2021.



Pedro Silva Issa

Administrador

Pridea Comunicação Ltda

CPF: 111.418.238-96

RG. 17.393.332 SSP -SP

08.353.988/0001-84
PRIDEA
COMUNICAÇÃO LTDA
Rua Capitão Antonio Rosa, 376
9º Andar Conj. 91
Jd. Paulistano - CEP 01443-010
SÃO PAULO-SP

