



ENVELOPE Nº1 – PROPOSTA TÉCNICA

**Razão social: C. A. DA SILVA COMUNICAÇÃO
CORPORATIVA**

Endereço: Av. Moema 728, Conj. 21 - Moema, SP

CEP: 04077-023

CNPJ: 34.182.448/0001-95

Inscrição Estadual: Isenta

PROCESSO SEGOV-PRC-2021/00751

CONCORRÊNCIA Nº 03/2021

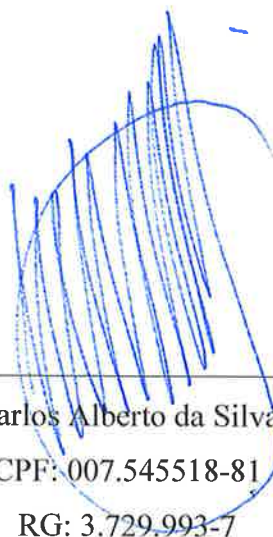


C. A. da Silva Comunicação Corporativa - CNPJ 34.182.448/0001-95
Trío - marca, imagem e reputação
Av. Moema, 728, Conj. 21
CEP: 04077-023 - Moema, São Paulo - SP

08/07/2021



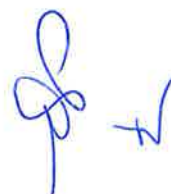
São Paulo, 08 de julho de 2021



Carlos Alberto da Silva

CPF: 007.545518-81

RG: 3.729.993-7



QUESITO

1

**PROPOSTA
PARA O TEMA
DO EXERCÍCIO
CRIATIVO**

3



SUBQUESTO 1

RACIOCÍNIO BÁSICO



4

3.2.1.1. Raciocínio básico

Em 2015, a Organização das Nações Unidas (ONU) definiu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem alcançados até 2030 em sua Agenda de Desenvolvimento, que incluiu 92 parágrafos. Entre eles, o de número 91 estabeleceu 169 metas associadas e 232 indicadores. A declaração dos ODS pode ser interpretada como um apelo universal para acabar com a pobreza e proteger a Natureza, além de valorizar os ambientes social e cultural, as inovações e a promoção das justiça social e política. Os Objetivos são integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental. São como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a sociedade civil, o setor privado e todos os cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável.

O Brasil participou ativamente do processo e o Estado de São Paulo, em particular, desde 2016 vem trabalhando nos indicadores estatísticos disponíveis e em sua compatibilização com os objetivos do desenvolvimento sustentável. Os esforços do governo paulista estão expressos nos programas do Plano Plurianual (PPA 2020-2023). Em suas diretrizes, incorpora objetivos estratégicos, programas e metas nas três dimensões do desenvolvimento sustentável, bem como respostas às cinco áreas de importância crucial para a humanidade: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parcerias.

Ligada à Secretaria da Casa Civil do Estado de São Paulo, a Comissão Estadual dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável é regida pelo Decreto nº 63.792, de 9 de novembro de 2018, e tem por finalidade internalizar, difundir e dar transparência ao processo de implementação da Agenda 2030 da ONU em São Paulo, associando os programas e projetos prioritários de governo aos seus conceitos, ODS e suas diversas metas.

Por meio deste decreto, São Paulo passou a fortalecer seu papel estratégico com a finalidade de melhorar a qualidade de vida da sociedade, auxiliando na construção de propostas para a Agenda 2030. Vale ressaltar que a Comissão trabalha em sintonia com as subsecretarias da Pasta: Assuntos Parlamentares, Assuntos de Governo no Congresso Nacional, Assuntos Internacionais e do Conselho da Ordem do Ipiranga.

A importância da Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável é amplamente reconhecida. Ela tem o potencial de alcançar impactos positivos e duradouros na educação, prosperidade econômica, inclusão social e proteção ambiental, levando em direção a uma nova era de paz e desenvolvimento sustentável.



Trata-se de diálogo, participação e compartilhamento de conhecimentos e informações entre pessoas e instituições. A Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável leva em consideração as necessidades e capacidades de todos os envolvidos no processo. É, portanto, um processo social. Os meios de comunicação e a comunicação interpessoal são ferramentas importantes para percorrer este trajeto.

O Plano de Comunicação apresentado pela Trio (nome fantasia) destaca como os ODS vêm sendo afetados a partir da pandemia de Covid-19. É inegável que já houve conquistas significativas nas metas dos ODS desde 2015. Muitos países estavam implementando continuamente essas metas em seu desenvolvimento nacional. Certamente, havia muitos obstáculos para a implementação tranquila e estratégica de todas as metas, no entanto nada foi tão chocante e perturbador quanto à crise da Covid-19. Enquanto os ODS sugeriam colaboração internacional em doenças contagiosas, não se esperava que um vírus com mutação tão recente se tornasse uma pandemia global. A propagação super-rápida e a presença do novo coronavírus em quase todos os países levou muitos governos a tomarem medidas sem precedentes. A recessão econômica resultante trouxe efeitos devastadores, que afetaram, particularmente, os pobres e os não saudáveis.

Este Plano de Comunicação apresentará uma série de ações para minimizar os efeitos da pandemia COVID-19 sobre as realizações dirigidas aos ODS no Estado de São Paulo. O Plano foi preparado considerando os parâmetros estabelecidos voltados ao emprego, agricultura, economia, ecossistema incluindo a flora e fauna, segurança e proteção da humanidade, doença e morte, economia industrial, economia financeira e semelhantes questões.

A proposta da Trio oferece atividades e ferramentas de comunicação e conscientização focadas na implementação da Agenda 2030 em São Paulo. Assim, para que os ODS tenham a maior chance possível de sucesso, é necessário promover ações de comunicação e conscientização que busquem atingir o maior número possível de partes interessadas.

Trata-se, portanto, de um processo comunicacional multifacetado, multidimensional e participativo, o qual deve ser analisado em seus contextos sociopolíticos, econômicos e culturais para ser relevante para as pessoas. A proposta da Trio é concentrar-se em projetos de pequena escala e, a partir daí, definir padrões de referência. O principal caminho a seguir são as sociedades inclusivas do conhecimento, pois se baseiam na soma da engenhosidade humana, da inovação técnica e do poder da informação e do conhecimento.

Elas têm o potencial de alcançar impactos positivos e duradouros na educação, na prosperidade econômica, na inclusão social e na proteção ambiental, conduzindo para uma nova era de paz e desenvolvimento sustentável. A proposta prevê implementar um sistema para medir, monitorar e relatar o progresso estadual das ações de comunicação no cumprimento das metas.

Outro fator preponderante e alinhado com a Comissão Estadual dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável é estabelecer em claro posicionamento federal associado a uma estrutura de governança necessária para coordenar a abordagem com governos municipais e a população do Estado. Consultar amplamente e engajar os prefeitos e a população paulista na Agenda 2030 são ações fundamentais para aumentar o compromisso e a participação, além de garantir que as premissas dos ODS sejam cumpridas. Este plano apresenta propostas para implementar ações em todos os níveis de governos (municipal e estadual) e *stakeholders* relevantes, essenciais para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável.

A Trio fundamentou este Plano em três abordagens: parcerias, inovação e jornalismo construtivo. Trabalhamos para destruir mitos e desafiar as opiniões sobre o desenvolvimento sustentável e o progresso paulista. Aliado a isto, como frisamos, comunicar as metas globais exige parcerias. Em São Paulo, a juventude e as redes de jovens são fundamentais para a criação de conscientização sobre os ODS. Os jovens não são apenas os líderes de amanhã; são os parceiros de hoje. Portanto, precisamos mobilizá-los agora por meio de tecnologia móvel ou jogos em smartphones. Devemos reconhecer os jovens, torná-los parceiros e concentrar esforços.

A pandemia do COVID 19 nos ensina algumas lições. É possível assumir o controle de uma doença tão devastadora com unidade, conhecimento científico e comunicação adequada. As novas tecnologias nos ajudaram a alcançar as pessoas e, em certa medida, mudar seu comportamento no sentido de compreender e responder aos desafios da Covid-19. Da mesma forma, podemos usar essa comunicação e tecnologias para fazer a população de São Paulo compreender os ODS e agir de acordo com eles.

Concluindo, elaborar novas narrativas para o desenvolvimento sustentável, entender o público dos ODS e ouvi-los, formar novas parcerias, aproveitar ao máximo as tecnologias e inovações digitais e mobilizar recursos para o engajamento público são etapas importantes deste Plano.



SUBQUESTOS 2-4

PLANO DE AÇÃO

2 ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO
COM A MÍDIA

3 AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS
PELA CONTRATADA

4 MATERIAIS A SEREM
PRODUZIDOS



A

[Handwritten signature]

8 *[Handwritten mark]*



3.2.1.2. Plano de Ação

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

Ao combinar os processos dos Objetivos do Milênio com os da Rio+20, a Agenda 2030 e os Objetivos Globais de Desenvolvimento (ODS) inauguram uma nova fase para o desenvolvimento sustentável, que busca integrar por completo todos os componentes deste sistema e engajar os países na construção do futuro que queremos.

Embora a estrutura dos ODS venha sendo adotada pela ONU desde setembro de 2015, a pandemia global do Covid-19 causou devastação e privações inimagináveis, para o nosso modo de vida parar quase por completo em 2020. O surto terá consequências econômicas e sociais profundas e duradouras em todos os cantos do globo. No entanto, é importante permanecer mobilizados, porque essa crise também nos trouxe vários *inputs* como o uso de tecnologias, mensagens globais e também ensino à distância, cooperação científica e suporte de informação. Portanto, há necessidades essenciais e urgentes para conscientizar e chamar a atenção sobre como inovar e energizar as ações de comunicação, a fim de melhor ajudar todas os municípios de São Paulo a alcançar os ODS até 2030.

Para a Trio, os ingredientes principais da receita para boas parcerias na comunicação dos Objetivos Globais de Desenvolvimento são: localizar, unificar e ser positivo. Assim, desenvolvemos um plano abrangente com uma estratégia de engajamento diferenciada para aumentar a conscientização da Agenda 2030. Avançar para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável exigirá ação e colaboração entre o governo do Estado de São Paulo e todas as partes interessadas. Sugerimos uma abordagem orientada para o governo paulista na implementação da Agenda 2030, focada na atuação participativa junto aos veículos de comunicação e consultas com partes interessadas locais, estaduais e nacionais. A Trio prevê ainda a divulgação do conjunto de metas estaduais e municipais definidas, associado a um sistema para medir, monitorar e relatar os resultados de políticas de comunicação.

A comunicação deve desempenhar o papel de buscar alcançar a todos. Por princípio, esta iniciativa nunca foi simples, pois envolve questões complexas e difíceis de apresentar de forma atraente para a população. No entanto, a boa notícia é que há uma proporção significativa da comunidade paulista interessada no desenvolvimento sustentável e em canais e redes criativas e inovadoras como meios de comunicação de massa, mídias sociais, telefones celulares, grupos



de estudo, que pode trazer mudanças em grande escala. Esses recursos devem ser usados para o aprendizado on-line dos ODS e na educação em âmbito estadual.

A tecnologia está desempenhando papel crucial no combate à pandemia global de COVID-19 e em nos manter conectados. E será fundamental para reiniciar a sociedade à medida que lentamente retornamos ao normal. A questão agora é: como podemos continuar com o ímpeto e usar as lições aprendidas na crise para alavancar a tecnologia para sempre, especialmente para acelerar o progresso dos ODS. Também é importante ver como podemos mudar nossas atividades para serem mais sustentáveis; com menos viagens, por exemplo, com o uso de meios de comunicação e tecnologia modernos.

Da educação à proteção ambiental e aos direitos das mulheres, os ODS representam uma visão progressista e global para o futuro. No entanto, comprometer-se com essas metas e realmente alcançá-las até o prazo de 2030 não é a mesma coisa. Uma enorme quantidade de trabalhos deve ser feita para transformar os ODS em realidade. Comunicação, engajamento e mobilização social são ferramentas importantes para atingir as metas de desenvolvimento sustentável.

São Paulo está empenhado em implementar a Agenda 2030. Ao estimular a participação de todos os níveis de governo, setores públicos e privados, comunidades, academia e a sociedade civil, o Estado assume papel de liderança em níveis local, regional, nacional e até internacional. São Paulo ao estabelecer um plano de comunicação inclusivo e com estratégia participativa irá aumentar a conscientização pública sobre o Agenda 2030, além de engajar outros níveis de governo e cidadãos. Soma-se a isto que os governos municipais ao incentivarem políticas coerentes e incorporando as dimensões ambiental, econômica e social do desenvolvimento sustentável tornam-se partes essenciais do processo de divulgação. Os resultados das atividades devem ser reportados de forma transparente e passam a ser preponderantes no estabelecimento e revisão de metas de implementação.

Nosso plano procura fornecer orientações práticas sobre como começar, onde ir e um caminho plausível para chegar lá através dos seguintes pontos:

- Estabelecer conjunto de metas e objetivos comunicacionais claramente definidos;
- elaborar análise do contexto e dos públicos-alvo compreendendo atores que podem impulsionar e / ou influenciar os tomadores de decisão relevantes;



- preparar análise de canais para alcançar públicos-alvo e criar ações de comunicação e de engajamento a serem desenvolvidas para diferentes públicos e canais de engajamento.

A conscientização e o diálogo permitem que o público se envolva no alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ajudam os *stakeholders* a integrar a Agenda 2030 em seu trabalho, auxiliam diferentes níveis de governos na implementação e identificam de lacunas que requerem atenção.

É importante lembrar que o Estado de São Paulo já valoriza os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável em seus programas de governo. Por exemplo, através da renovação da relação com os mais necessitados; ao priorizar a igualdade de gênero e o empoderamento feminino; ao investir em crianças e jovens; na redução das desigualdades por meio de esforços para o crescimento da classe média; trabalhando para garantir um ambiente seguro, limpo e sustentável; na adoção de medidas para mitigar as mudanças climáticas; e ao investir em infraestrutura.

A estratégia de comunicação e imprensa desenvolvida pela Trio atende a quatro questionamentos básicos. 1 - O que queremos? 2 - Qual é o problema que pretendemos resolver? 3 - Quais são as soluções de longo prazo que propomos? 4 - Quais são os objetivos de curto prazo? Em um segundo momento o olhar da Trio volta-se para o mapa político. Isso significa identificar a autoridade e sua influência e se apoia aos ODS. Com base nesse apoio ou oposição, toma-se a decisão das prioridades estratégicas.

O último passo é a implementação de ações. Para a Trio, esta etapa tem foco em primeiro lugar na mensagem, ou seja, como serão apresentados os problemas e casos positivos; em segundo, a preparação de relação de atividades e ações para divulgar os objetivos e, finalmente, a avaliação dos resultados. Portanto, a comunicação para os ODS deve ser científica, inteligente, poderosa e confiável com dados e evidências e deve atingir o maior número possível de pessoas. Isso pode ser alcançado usando tecnologias avançadas, como mídia de massa, mídia social, internet, etc.

A Trio criou um plano de trabalho bem definido, que permite abordagens estruturadas, sistemáticas e logicamente dirigidas para o trabalho de comunicação, defesa dos objetivos e sua disseminação para atingir os Objetivos de maneira eficaz.

b) Ações a serem desenvolvidas junto a mídia

Cada um dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável tem várias metas com um ou mais indicadores, geralmente expressos em termos quantitativos. Estes dependem de uma coleta

consistente de dados e são usados para mensurar o progresso ao longo do tempo. Isso inclui novo foco em processos de planejamento participativos e integrados para cidades, espaços verdes e públicos inclusivos, resiliência às mudanças climáticas e eficiência de recursos.

Com base nesta afirmação, a Trio definiu 4 etapas, que se subdividem em ações de comunicação a serem realizadas em curto, médio e longo prazos, tendo como fonte de referência os mapeamentos desenvolvidos pela Comissão Estadual dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. São elas:

Etapa 1

Análise da situação e identificação de problemas – curto prazo (1 mês)

Nesta etapa será levantado como os veículos de comunicação e os principais formadores de opinião, inclusive influenciadores digitais e blogueiros, vêm se posicionando em relação a cada um dos ODS. A proposta é apurar o posicionamento dos comunicadores frente aos 17 ODS nos 645 municípios paulistas.

Em quase todas as regiões do Estado há influenciador ou veículo de comunicação com possibilidade de divulgar (ou não) os Objetivos. Acreditar que abracem a todos os ODS é pouco factível, por interesses econômicos de cada local. A decisão dessa pessoa ou mídia será fortemente influenciada por uma ampla gama de outros atores - grupos de cidadãos, sindicatos, corporações, doadores políticos ou outros.

Definição de objetivos e mensagens comunicacionais – curto prazo (2 meses)

Modelos comunicacionais que usam engajamento de interação de médio a longo prazos com o público (modelos dialógicos) eram mais propensos a ganhar força do que as abordagens emissor-receptor (“monológicas”). No entanto, as mídias social e tradicional – inclusive na versão digital - ganharam o poder de amplificar rapidamente mensagens de mudança. Soma-se a isto, o uso de novas plataformas, como *Teams, Google Meet, Zoom*, etc, amplamente difundidas durante a pandemia para reuniões online, chamadas em grupo ou aulas online, que possibilitam contato uns com os outros facilmente e dissolvem preconceitos com cliques no local de trabalho. Portanto, a definição do envio de mensagens eficazes é fundamental para a Agenda 2030. Tem foco, principalmente sobre narrativas, em contar histórias. Acreditamos que este sistema de mensagens dos ODS deva tratar de suas aspirações, histórias e o que procuram alcançar.



Em seguida, é fundamental destacar a importância e a explicação de cada uma para, finalmente, localizar essas mensagens universais para as referências de situações locais.

Etapa 2

Definição de estratégia – curto prazo (2 meses)

A comunicação estratégica deve ajudar a superar barreiras, criar incentivos e oferecer desenvolvimento de capacidade e treinamento para parceiros, grupos sociais relevantes e integrantes do projeto.

A proposta é desenvolver indicadores desde o início, para que possa avaliar o impacto e o sucesso continuamente. Para tanto é preciso, manter a equipe de comunicação em constante contato com os dados de desempenho de cada ODS para definição e adequação de mensagens e ações comunicacionais presenciais e digitais. É importante que o Plano de Comunicação seja dinâmico e flexível e que, sempre que possível, pegue 'carona' com alianças estratégicas com parceiros, que resultará em oportunidades adicionais.

Participação de grupos estratégicos – médio e longo prazos (3 a 6 meses)

Para o sucesso do Plano é importante envolver atores específicos, especialmente as populações mais excluídas, para que possam participar ativamente da Agenda 2030 e garantir que ninguém seja deixado para trás. Assim, a equipe de comunicação deve estar em constante contato com as bases para levantar personagens que possam render boas histórias e identificar eventuais evangelistas dos Objetivos. Agilidade na apuração e conhecimento dos veículos, influenciadores e blogueiros são fundamentais.

Etapa 3

Definição de veículos e mix de comunicação – curto e médio prazos (2 a 3 meses)

É importante manter contato frequente com os formadores de opinião regionais. Eles estão no dia a dia da comunidade e são nanoinfluenciadores a serem considerados. Vale lembrar que toda a mídia é boa para algo, mas na mídia a divulgação é boa para todos. Um mix de comunicação envolvendo influenciadores, mídia tradicional local (município), grande imprensa, influenciadores e blogueiros de todos os portes e forte atuação nas redes sociais – em especial Instagram, Facebook e LinkedIn – é crucial para o sucesso do plano.

Etapa 4

Resultados obtidos x ODS – médio e longo prazos (3 – 12 meses)

Os 17 ODS são fundamentais para alcançar sucesso na Agenda 2030. De nada adianta ter grande desenvolvimento em uma meta se outras tantas ficam muito a desejar. Por isso, é importante o monitoramento e análise dos resultados comunicacionais alcançados tanto por desempenho por meta como por região. Através desta análise será possível definir novas mensagens, realinhar ações e focar em veículos ou influenciadores específicos.

Documentação, monitoramento e Avaliação – curto, médio e longo prazos (1 - 12 meses)

Um plano estratégico de comunicação exige o contínuo processo de documentação e elaboração de relatórios, planilhas e informativos que serão fonte para elaboração de releases, avisos de pautas, informativos para autoridades e contatos com jornalistas e formadores de opinião. Trata-se de ação contínua que tem início nos primeiros dias de trabalho e permanece durante todo o período de atividade previsto.

c) Materiais a serem produzidos

Website São Paulo 2030 – curto prazo (1 mês)

Para alcançar os públicos definidos é fundamental contar com a tecnologia, que tem nos websites e em aplicativos seus destaques. A proposta da Trio prevê a criação do website São Paulo 2030. Em formato responsivo trará detalhes do desenvolvimento de cada um dos ODS em São Paulo. Muito mais do que um meio de informação, o site se torna em um canal de fiscalização da população sobre o empenho das lideranças municipais para a implementação de determinados objetivos. São Paulo 2030 trará detalhes de cada ODS, mapas, estatísticas, notícias, personagens e detalhes da evolução de cada objetivo nas cidades paulistas.

Aplicativo Ranking 2030 – Competição Estadual - meio e longo prazos (3 – 12 meses)

Em formato de aplicativo será lançado o concurso Ranking 2030. A proposta é elencar os municípios que mais tenham se dedicado para a implantação/desenvolvimento de ODS. O critério sugerido será o número de ODS em operação e seu desempenho frente a população. As notas variarão de acordo com os índices alcançados. Ao final de cada ano serão premiadas as 10 cidades mais sustentáveis do Estado. O app permitirá checar o desempenho dos municípios em cada ODS.



Game educacional meio e longo prazos (3-12 meses)

Futebol e esportes são algumas das melhores maneiras de conhecer pessoas. A proposta da Trio é a criação de game educacional focado na Copa do Mundo de Gols Globais, onde o esforço da equipe formada por integrantes de ambos os sexos para vencer determinada partida passe por superar alguns dos ODS. O foco será dar vida aos Objetivos Globais, ser lúdico e com uma perspectiva de gênero clara.

Boletim eletrônico curto prazo (1 mês)

O boletim eletrônico *Agenda 2030: A hora é agora!* Se propõe a conduzir um extenso processo de engajamento com paulistas para avaliar opiniões e determinar onde a atenção deve ser focada em relação aos ODS. O veículo terá periodicidade mensal, em formato revista, distribuição gratuita e trará um grande apanhado do melhor que vem sendo feito, além de destacar pontos de alerta no Estado. O boletim será enviado para todos os funcionários do Estado, empresas privadas, associações, ONGs, entre outras.

Minieventos. – curto a médio prazos (2 a 4 meses)

Mensalmente serão organizados minieventos em cidades das regiões administrativas do Estado. A proposta é realizar um fórum de debates sobre os ODS e como estão sendo tratados localmente. Prefeitos, vereadores, sociedade civil organizada, educadores, representantes do Judiciário, empresários, entre outros serão os protagonistas do Encontro. A sugestão é que ocorram pelo menos três encontros ao mês por região, em municípios de diferentes portes.

Boletim Indicadores – curto prazo (2 meses)

Trimestralmente será produzido boletim com os indicadores dos municípios paulistas a ser enviado para os veículos de comunicação e formadores de opinião do Brasil. A proposta é mostrar transparência no processo de implantação da Agenda 2030 e levar à mídia o desempenho das cidades. Não haverá ranking, mas a marcação de evolução, neutralidade ou redução em cada Objetivo. O material deverá ser um grande gerador de pautas tanto locais como regionais e até nacionais.



Sua estória, nossa estória – médio prazo (4 meses)

Programa de vídeo para exibição em streaming (canal no YouTube) que apresentará mensalmente estórias exemplares de personagens paulistas que fazem a diferença. Com 30 minutos de duração, o programa será dividido em quatro blocos: três apresentando personagens e um com as ações que serão desenvolvidas no mês seguinte (minieventos). Tem como proposta difundir os casos e valorizar ações – de todos os tamanhos - implementadas por integrantes das comunidades.

Redes Sociais – curto prazo (1 mês)

Definição de calendários de publicação, temas e frequência de publicação de posts, vídeos, trechos de entrevistas e de programas de TV nas redes sociais – Instagram, Facebook e LinkedIn. A proposta é a produção de conteúdos com linguagem focadas para o público de cada rede social. Diariamente será feita avaliação de resultados e possível adequação de linguagem, frequência ou design.

Agenda 2030 já!

Será elaborado painel de Business Intelligence (BI) que trará em tempo real como está a evolução dos ODS no Estado, por região e cidade. A cada ocorrência registrada – desmatamento, aumento de pobreza, evasão escolar, etc – apontada pela mídia local e identificada pela Trio, ganhará destaque no painel. Trata-se de ferramenta para uso interno do Governo, tanto para as áreas de gestão como para a comunicação do programa.

Embaixadores do Amanhã

A ideia é identificar entre os estudantes de ensino médio estadual, aqueles que estejam engajados com os ODS. Seu papel será divulgar os Objetivos em suas escolas e apontar eventuais problemas à direção do Projeto. Os Embaixadores do Futuro receberão treinamento e farão encontros anuais para discussão de problemas e identificar sugestões de ações para mitigar estas dificuldades.

SUBQUESTO 5

OPORTUNIDADE DE MÍDIA POSITIVA



A

3.2.1.3. Oportunidade de mídia positiva

1- Cidades na melhoria da qualidade de vida

As metas definidas pelos ODS abordam o poderoso papel que as cidades têm na melhoria do bem-estar dos cidadãos. Fica cada vez mais patente que os municípios devem estar atentos para oferecer programas, serviços e qualidade de vida para a população. Muito mais do que gerir uma cidade, a implantação dos ODS trouxe o conceito de focar nos cidadãos, especialmente os menos favorecidos.

A comunicação tem papel primordial para o desenvolvimento destas propostas. Oferecer à mídia informações relevantes, atualizadas e voltadas para a população faz com que a área tenha outra relevância no dia a dia das redações. O material enviado ganha novo tratamento pelos editores, repórteres recorrem aos assessores para produzirem matérias, pauteiros buscam em bancos de dados e publicações do projeto argumentos para fundamentar seus textos.

Com isso, as cidades, sejam elas de qualquer porte, passam a valorizar ações até então desprezadas, destacam trajetórias profissionais que eram desconhecidas, aplaudem ações dos órgãos municipais que facilitam o emprego, a mobilidade e a geração de renda. Ou seja, os ODS vieram para contribuir com as administrações municipais sérias e comprometidas com a população do Estado de São Paulo.

Efeito semelhante acontece com as ações encabeçadas pelo Governo Estadual. Bom exemplo é o desassoreamento do Rio Pinheiros, que recebe destaque dos principais veículos de comunicação de São Paulo.

2 - ODS como laboratórios de inovação

Quando se fala em ODS é preciso frisar que se trata de três fatores que têm pesos e dimensões semelhantes: social, ambiental e econômico, tripé que sustenta a Agenda 2030. Com a pandemia do Covid-19 assuntos voltados à saúde ganharam extrema relevância. Associada a ele, as inovações tecnológicas passaram a ter também maior destaque. Com o teletrabalho e o isolamento social, plataformas de comunicação como Zoom firmam incluídas no equipamento básico das famílias, atrelada ao acesso à Internet.

Os ODS também foram apontados como fomentadores de inovações. Na área econômica são diversos os aplicativos voltados para a gestão de recursos financeiros; na geração de trabalho e renda, há hoje várias oportunidades de emprego disponíveis nas redes sociais, o mesmo vale



para o serviço social e muitos outros. Coube a área de comunicação torna esta gama de aplicativos em algo viável. As redes sociais são as parceiras na divulgação destes serviços. Emissoras de rádio e TV tratam do assunto diariamente e jornais e revistas não cessam de discutir os temas.

Indiretamente, a pandemia trouxe algum avanço, mesmo que secundário, para os ODS. Eles não são discutidos, mas tudo o que preconizam vêm sendo debatido e divulgado com bastante profundidade. É possível que, passado este nefasto período com o incremento da vacinação, os temas dos ODS voltem à mídia, agora ligados ao melhoramento da qualidade de vida da população. As cidades continuarão a atuar como laboratórios de inovação e progresso caso se concentrem nos objetivos de desenvolvimento à medida que se cruzam com os desafios locais.

3 – Imprensa mais aberta ao tema

Como já destacado, o assunto ODS, mesmo com outra roupagem, ganha cada vez mais as manchetes e o interesse dos profissionais de imprensa. É inegável que os jornalistas precisam estar cada vez mais atualizados nos temas dos ODS para desenvolver pautas que ganhem o interesse do leitor.

Cabe a área de Comunicação oferecer fontes aos formadores de opinião para que o assunto seja tratado de maneira correta e leve informação precisa aos cidadãos. Manter contato frequente e oferecer especialistas em assuntos voltados ao meio ambiente, a geração de renda ou ao atendimento social será o diferencial no relacionamento com os formadores de opinião, inclusive influenciadores sociais e blogueiros.

No futuro, a Trio acredita que será inviável tratar qualquer tema que envolva ambientes urbanos sem que sejam ao menos mencionada uma das metas ou diretrizes dos ODS. Em suma, tornar acessíveis as fontes especializadas em ODS passa a ser um fator diferencial para os corpos redacionais de todo o país.



SUBQUESTO 6

IDENTIFICAÇÃO DE RISCO À IMAGEM



A



3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem

1 Falta de dados e informações

O sucesso de uma iniciativa é resultado de uma série de componentes. Um bom projeto, gestão segura, adesão da comunidade e comunicação transparente são alguns deles. No entanto, dois fatores são para a Trio fundamentais para a que a divulgação seja bem-sucedida e efetiva.

O primeiro deles é o constante recebimento de dados e informações. A comunicação é baseada em informação recente, precisa e fidedigna. Caso quaisquer destes parâmetros seja ignorado, decresce consideravelmente as possibilidades de uma divulgação efetiva do Projeto. É fundamental para a fluidez do processo comunicacional que os gestores mantenham a área de comunicação constantemente atualizada sobre as ações tomadas, problemas ocorridos e sucessos obtidos, ou ainda, a tomada de decisão do Executivo local que venha a ferir determinado ODS ou atividade da comunidade civil organizada que se mobilize para reduzir efeitos provocados por estas decisões.

Estar atualizada permitirá que a Comunicação agilize respostas aos veículos de comunicação e formadores de opinião sobre a realidade dos fatos, de modo ágil e transparente. Possibilita, ainda, que ações positivas, mesmo consideradas pequenas, possam ganhar espaços em meios de comunicação da grande imprensa tanto em âmbito estadual como até nacional.

2 Má comunicação com prefeituras

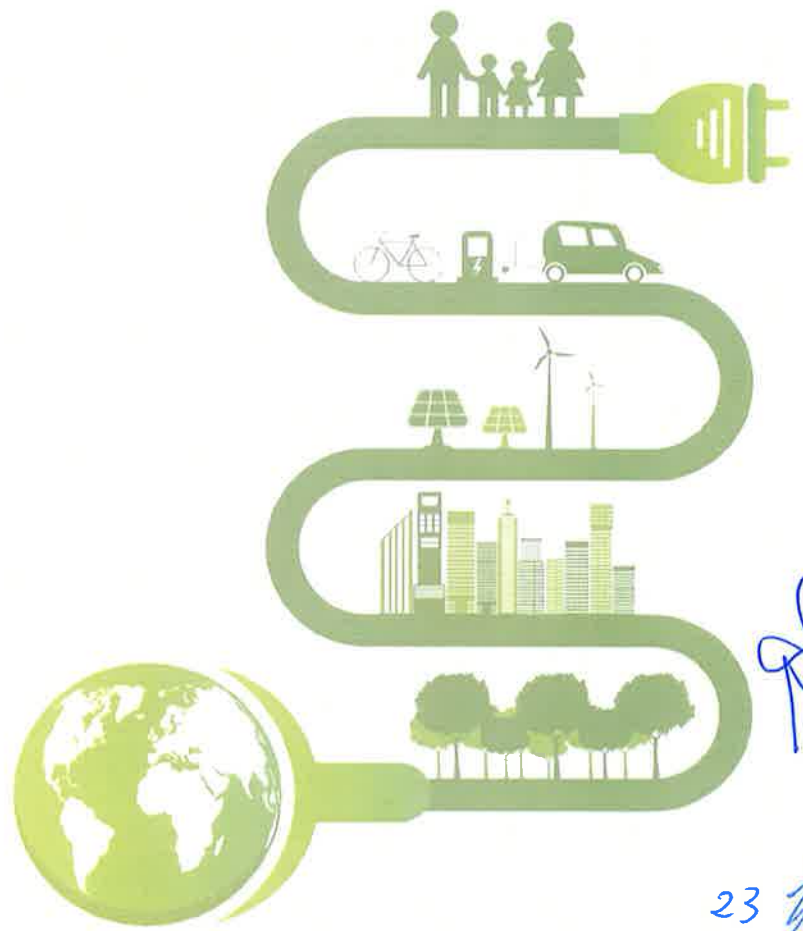
Nosso Plano de Comunicação para o Desenvolvimento dos Objetivos Sustentáveis pretende estar atuando em todos os municípios do Estado de São Paulo. Para isto é preciso manter um bom relacionamento com as áreas de comunicação e imprensa locais, buscando agilizar o recebimento de informações e, no caso de produção de matérias, especialmente de emissoras de televisão, contar com o apoio para agilizar o andamento da pauta.

Quando, por algum motivo, a relação com a assessoria de imprensa da cidade é afetada o ritmo de trabalho e de informações tende a cair consideravelmente. É importante deixar claro aos assessores locais que nem sempre as pautas tem caráter positivo para o município ou para o prefeito, mas é importante que atendam o veículo e se posicionem, de preferência, de modo presencial e, se não for possível, por meio de nota à imprensa.



SUBQUESITO 7

EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E HABILIDADES DOS PROFISSIONAIS



A

Handwritten signature



3.4 – Experiência, Capacidade de Atendimento e Habilidades dos Profissionais

Relação de clientes, Instalações, Capacidade de Atendimento, Sistemática de Atendimento e Qualificação da Equipe:

- Relação nominal dos clientes atuais:



Tia Pipoca

C.N.P.J: 30.938.122/0002-75

Desde: 2019



Megahub Marketing Digital LTDA.

C.N.P.J: 09.242.259/0001-13

Desde: 2019

- Instalações e infraestrutura:

Escritório:

Av. Moema, 728, Conj. 21, Moema CEP 04077-023 – São Paulo - SP

C A da Silva Comunicação Corporativa

C.N.P.J: 34.182.448/0001-95



Dados Bancários:

Banco Caixa Econômica Federal (001)

Agência: 1374

Conta Corrente: 00032197-0

Representante Legal

Carlos Alberto da Silva – Telefone: (011) 96510-5671

E-mail: carlos@trio.etc.br

Sócio Administrador:

Carlos Alberto da Silva

Área: 100 m²

Funcionários: 5 (atual)

- Capacidade de atendimento:

A Trio é uma agência de Relações Públicas e Comunicação Corporativa, especializada em desenvolvimento de negócios, com profissionais com mais de 30 anos no mercado;

Possui sede em São Paulo;

Centraliza uma gama de serviços e expertise em torno de uma potente estrutura de Relações Públicas, que busca o crescimento de seus clientes;

Seus profissionais possuem vasta experiência nas áreas de Negócios, *Real Estate*, Finanças, Economia, Tecnologia, Transporte, Logística, Terceiro Setor, Educação e Cultura;



Uma agência completa que disponibiliza serviços de:

Marketing;

Media Training;

Construção de Reputação;

Gerenciamento de Riscos e Crises;

Eventos;

- Recursos materiais:

Computadores:

7 – Notebooks – HP – Windows 10 – Modelo: Core I5, 6GB,

3 – Notebooks – MacBook Air – Inspiron – 8GB – Intel Core i5, ”

2 – Computadores – Dell – Windows 7 – Modelo: Inspiron One 2320 – Intel R 2,50 GHZ –
Memória: 6 GHZ – Sistema Operacional: 64 bits

3 – Computadores – AOC – Windows XP – Modelo: 712Sa – Intel R 2,00 GHZ – Memória:
1,60 GHZ – Sistema Operacional: 32 Bits

2 – No break – TS Shara – UPS Mini 500 Mono 115V

Impressoras:

1 – Xerox Phaser – Modelo: 6510

1 – Samsung – Modelo: ML-6125

Telefonia:

1 – Aparelho digital PABX– Intelbras



6 – Aparelho de telefone sem fio – Samsung

4 – Aparelhos de telefone comum – Intelbras

Mobiliário:

2 – Estações de trabalho, cada uma com quatro lugares

1 – Sala de reunião, equipada com TV e Notebook.

Insumos:

2 – Máquina de Café Nexpresso

1 – Purificador de Água – Eletrolux

1 – Microondas – Consul

2 – TV “27” – Sony

1 – TV “50” Phillips

Câmera Fotográfica

Gravador de voz – Sony

- Sistemática de Atendimento

A **Trio** apresenta abaixo sistemática de atendimento para cumprir as exigências previstas em edital, assim como o plano de ação para o desafio proposto. O início dos trabalhos leva em consideração que a dinâmica de funcionamento da assessoria de imprensa da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO não pode ser interrompida sob pena de trazer prejuízos de imagem e de relacionamento com a mídia. Após essa fase inicial, será implantado o modelo de atendimento proposto, considerado flexível para ser reorganizado em momentos de crise ou maior volume de demanda como, por exemplo, lançamento de licitações e início de operação de novas concessões. A sistemática proposta pela **Trio** prevê o atendimento diário, sete dias



por semana, trabalhando com escala de plantões aos finais de semana, feriados e período noturno.

Etapa de transição

A **Trio** fará um diagnóstico da estrutura atual da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO para formular um relatório com avaliação das demandas em andamento, de eventos programados, pautas negativas frequentes e propostas para minimizar ou reduzir seus impactos.

Em sequência, a **Trio** levantará quem serão seus principais contatos dentro de cada área da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO e agendará reuniões a fim de apresentar a estrutura de atendimento da assessoria de imprensa, a dinâmica de fechamento de matérias das redações e a importância da participação e envolvimento dos colaboradores para a imagem da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO/Governo do Estado de São Paulo junto à sociedade.

Nesse trabalho inicial serão feitas, ainda, as seguintes ações:

Planejamento das atividades de assessoria de imprensa para os 15 meses seguintes. Serão considerados os calendários de atividades de comunicação, publicidade e marketing da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, datas comemorativas que possam render pautas com dados, entre outros marcos previsíveis. Essa agenda será semanalmente revista para incluir novas ações e reprogramar datas quando necessário.

Análise de mídia dos 30 dias que antecedem o início de contrato da **Trio**. Esse trabalho resultará em relatório com avaliação da exposição do CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO e propostas para aprimoramento de imagem.

A **Trio** iniciará um processo de identificação de novos porta-vozes, além dos já elencados no levantamento de clipping e que permanecem no quadro da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. A equipe de imprensa providenciará todo o apoio necessário para a qualificação dos porta-vozes, de forma que se posicionem diante da mídia afinados com as políticas públicas desenvolvidas pela CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO e em sinergia com os serviços e orientação da assessoria de imprensa.

Esses representantes serão treinados para transmitir as mensagens de forma articulada, com clareza e transparência para total compreensão e entendimento dos mais diversos segmentos sociais. Os profissionais que já atuam como porta-vozes da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO também receberão treinamento e orientações como forma de reciclagem e constante aprimoramento. O treinamento será contínuo, uma vez que antes de cada entrevista, um assessor de imprensa da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO irá orientar o porta-voz sobre o perfil do veículo, do repórter e como atender as especificidades da pauta.

A **Trio** organizará um comitê de crise com diretores do CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO e técnicos. Além de reuniões periódicas, esse grupo será acionado em casos de demandas mais críticas para a rápida tomada de decisão, inclusive aos finais de semana.

Seus membros serão permanentemente informados pela **Trio** sobre eventuais situações negativas que possam vir a configurar uma crise de imagem para o CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. Esses alertas possibilitarão que os membros do comitê se antecipem em medidas para tentar conter problemas antes que virem crise de imprensa.

Atendimento diário e equipe

A **Trio** estudou o dimensionamento da equipe necessária para o atendimento de rotina da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO após analisar o clipping e suas divulgações de imprensa feitas no ano de 2020. Considerando o volume de trabalho avaliado, serão alocados para atuar na sede da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO **11 (onze) jornalistas** de nível sênior. Havendo necessidade a **Trio** disponibilizará colaboradores extras de seu quadro para atuarem temporariamente no atendimento à CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO.

A assessoria de imprensa funcionará de segunda à sexta das 6h às 20h presencialmente. A **Trio** também fará o atendimento no período noturno e aos finais de semana e feriados alocando os profissionais em escala de trabalho.

Todos os jornalistas estarão disponíveis, em regime de revezamento, para representar a CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO no atendimento à imprensa em eventos, coletivas e reuniões externas entre outras atividades, inclusive aos finais de semana e feriados. Esse acompanhamento compreende deslocamentos estaduais e nacionais, conforme estipulado em edital.



Reuniões semanais com toda a equipe de atendimento da **Trio** para avaliar o desempenho da assessoria e a eficácia dos métodos adotados, definir providências com relação às demandas em andamento e previstas para a semana, além de levantar pautas para os 15 dias subsequentes para apurações internas de informações e definições de estratégias de divulgação. Essa agenda será compartilhada com a, CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO e, eventualmente, com outros órgãos que sejam correlatos aos temas que serão trabalhados. A **Trio** irá estimular esse compartilhamento entre órgãos e secretarias para evitar sobreposição de pautas, alinhar dados e identificar possibilidade de trabalho conjunto para ampliar a repercussão.

Reuniões semanais com a gerência de comunicação da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO para alinhar o trabalho de ambos os times.

O sucesso dos trabalhos de assessoria de imprensa e comunicação depende da integração e sinergia entre esses profissionais e suas agendas de ações.

No atendimento direto à mídia feito pela CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, todas as demandas dos jornalistas serão encaminhadas à assessoria por escrito, no endereço de e-mail de imprensa, para oficializar o pedido e manter controle dos questionamentos e respostas. Esse padrão será essencial para preparar relatórios e gráficos de atendimento, assim como manter em arquivo todo o processo para dirimir eventuais dúvidas e conflitos. Será consolidado diariamente o total de demandas enviadas por email e as recebidas pelo aplicativo.

Para as demandas com potencial negativo serão emitidos previamente “alertas de pauta crítica”, especialmente as de veículos de repercussão nacional, tanto para a CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO quanto para as secretarias afins. Tais pautas merecerão acompanhamento minucioso até o final da produção da reportagem e de sua veiculação. Posteriormente será feita avaliação, em equipe, sobre a adequação e efetividade das estratégias adotadas, assim como a necessidade de pedir espaço para resposta frente às eventuais incorreções.

A troca de e-mails para documentação do atendimento não dispensará o contato direto com o profissional de mídia, tanto na fase de entendimento da pauta, negociação de espaço e de prazos, quanto na fase final, quando a demanda já foi respondida por escrito. Esse contato deve ser amistoso e profissional, a fim de estreitar o relacionamento e dirimir eventuais equívocos em



relação ao posicionamento da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. A experiência da **Trio** tem demonstrado que esse é o caminho mais correto e eficiente.

A **Trio** estabelecerá diretrizes para gestão de eventuais crises com revisões semestrais de procedimentos frente às experiências mais recentes. Sempre que identificado qualquer foco de potencial conflito, a equipe de imprensa será reunida por seu coordenador para avaliar a situação e planejar as estratégias adequadas de enfrentamento do problema para sua imediata solução, incluindo membros do comitê de crise no debate e tomada de decisão.

O monitoramento do noticiário será feito diária e continuamente, de segunda à sexta-feira, das 6h às 21h, com envio aos destinatários de três edições consolidadas do *clipping*, sendo a primeira até as 7h e a última, até às 21h. Sempre que necessário, serão enviadas edições extraordinárias do *clipping*.

A **Trio** irá monitorar constantemente todos os periódicos indicados no edital para assinaturas, assim como demais veículos que tenham versões online e façam cobertura dos assuntos relativos à CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. Os arquivos do *clipping* estarão acessíveis pela internet formando um banco de dados de fácil acesso remoto disponível para todos os colaboradores da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Diariamente, todas as matérias receberão auditoria de imagem com classificações de sentimento quanto ao conteúdo, sendo positivas ou negativas. Será avaliada, ainda, a repercussão da matéria e, sempre que necessário, a **Trio** tomará providências quanto ao conteúdo, seja por conter equívocos ou por não trazer posicionamento da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Às sextas-feiras, a **Trio** fará um relatório com os resultados da semana consolidados em gráficos com os balanços qualitativos e quantitativos dos atendimentos. O material servirá de base para o planejamento e desenvolvimento das ações de assessoria de imprensa e para estipular novas metas e objetivos a serem alcançados.

O material de divulgação da **Trio** será baseado em informações devidamente apuradas junto a CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, inclusive com dados estatísticos e documentação, sempre que pertinente. Esse trabalho de apuração será feito para os



atendimentos às demandas e para as divulgações proativas e compreenderá, ainda, entrevistas junto a fontes oficiais. A **Trio** produzirá, seguindo as diretrizes da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, todo material de assessoria de imprensa como *releases*, avisos de pauta, notas de esclarecimento, artigos, respostas a cartas de leitores e comentários de ouvintes. A divulgação desses materiais será feita por meio do *mailing* da **Trio**, que inclui redações de todo o Estado e dos principais veículos do país, resultado do relacionamento próximo que seus assessores construíram junto à imprensa. Toda divulgação será seguida de reforço por telefone ou plataforma digital, quando do envio de releases e avisos de pauta. Além das divulgações amplas, a **Trio** identificará quando o assunto pode ser tratado de maneira atrativa para espaços privilegiados dos veículos, oferecendo a pauta de forma exclusiva para colunistas e formadores de opinião.

A **Trio** produzirá, ainda, materiais de caráter informativo e para consumo interno, com a finalidade de preparar porta-vozes sobre assuntos de competência da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. São materiais como *papers*, *Q&A* (perguntas e respostas) e informativos, por exemplo, com dados atualizados sobre temas que possam ser abordados pela imprensa em eventos e coletivas. Esse levantamento será feito para compromissos de representantes da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, mas também para secretários e para o Governador, sempre que solicitado.

Da mesma forma, a **Trio** produzirá e disponibilizará todos os materiais necessários para o cumprimento da agenda de eventos da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Durante o contrato, a **Trio** irá compor um banco multimídia digital com arquivos de fotos, áudios e vídeos decorrentes de eventos, obras, apresentações, fiscalizações, e qualquer atividade da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO que seja executada com o acompanhamento da assessoria de imprensa. O material será disponibilizado para a imprensa.

Relatórios sobre as ações de assessoria de imprensa

A **Trio** produzirá diariamente, ao final do expediente, relatório consolidado sobre as atividades diárias de atendimento à mídia, com detalhamento das situações que incorram em risco à imagem da CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO. O arquivo será disponibilizado para a diretoria da Comunicação para acompanhamento de assuntos relativos ao Governo Estadual.



Às sextas-feiras, o relatório conterà o material do dia, assim como os gráficos com balanço semanal de solicitações de mídia e atendimento das demandas. No final de cada mês, a **Trio** produzirá relatório de clipping com auditoria de imagem.

Anualmente, será editado um *e-book* com as principais matérias impressas, assim como dados estatísticos de ocupação de espaços na mídia. A **Trio** produzirá, ainda, relatório semanal e mensal, com avaliação da efetividade da aplicação do plano estratégico de ação.

Em situações de crise, poderão ser produzidos relatórios adicionais sobre o assunto a fim de avaliar o atendimento e estipular novas ações. Serão feitos, ainda, relatórios específicos com demonstração de resultados de pautas positivas e cobertura de eventos.

Atendimentos emergenciais

Entre as premissas da **Trio** de seus colaboradores está o atendimento ininterrupto a seus clientes com equipes que operam em regime de revezamento. Assim, sempre haverá jornalista acessível por meio de telefone celular de plantão e, inclusive, disponível para deslocamentos, quando necessário. O sistema adotado funciona 24 horas para atendimento à imprensa pela **Trio**, em situações emergenciais. A agência irá disponibilizar manual de atendimento emergencial com *check list* de ações a serem tomadas para a rápida prestação de informações à sociedade por meio da imprensa.

Esta é a sinopse da sistemática de atendimento que será implantada pela **Trio** para prestação dos serviços de imprensa CASA CIVIL DO ESTADO DE SÃO PAULO, em conformidade com as exigências da licitação no que se refere à quantidade de horas previstas em edital. A **Trio** destaca, ainda, que conta com infraestrutura e capacidade operacional para o atendimento integral das exigências descritas no “Edital de concorrência para a contratação de serviços de assessoria de imprensa” (CONCORRÊNCIA Nº 02/2021).

Carlos Alberto da Silva