

ENVELOPE Nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA

CONCORRENCIA N 01/2023

**PROCESSO SEGOV-PRC-2022/02409
ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA
SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO-SP**

**TREAD MARKETING LTDA
CNPJ 36.380.213/0001-33**

D

M



tread

marketing

PROPOSTA TÉCNICA

D

4

3.2 EXERCÍCIO CRIATIVO

D

R 4

3.2.1.1 - Raciocínio Básico

A pandemia de Covid-19 causou impactos severos na economia mundial e desencadeou a maior crise sanitária global dos últimos cem anos. O colapso na saúde e as restrições severas à atividade econômica levaram a um aumento drástico na desigualdade social, principalmente em países emergentes. No Brasil, a crise do coronavírus provocou perda generalizada de renda, principalmente entre as pessoas mais vulneráveis, revelando e agravando fragilidades preexistentes na economia e muitos dos principais setores produtivos.

À medida que a pandemia avançava, ficou claro que muitas famílias não estavam preparadas para resistir a um choque de renda de tamanha escala e duração. Estudos baseados em dados pré-crise indicam, por exemplo, que mais de 50% dos grupos familiares — tanto em economias emergentes quanto em avançadas — não tinham capacidade financeira para sustentar seus gastos básicos por mais de três meses caso sofressem perdas de renda.

Muitas famílias já estavam sobrecarregadas com níveis de dívida insustentáveis antes da crise. Com a pandemia, a maioria passou a enfrentar ainda mais dificuldades para honrar compromissos financeiros, especialmente quando as medidas restritivas de circulação para proteção da saúde pública provocaram um declínio acentuado em atividades comerciais.

De acordo com dados de uma pesquisa do Banco Mundial divulgada em 2021¹, entre os trabalhadores com apenas o primeiro ciclo do ensino fundamental, o desemprego temporário aumentou em 70% em todos os países ao longo de 2020, primeiro ano pandemia.

As perdas de renda também foram mais acentuadas entre jovens, mulheres, trabalhadores autônomos e trabalhadores temporários com níveis mais baixos de escolaridade. As mulheres, em particular, foram mais afetadas porque são maioria da mão-de-obra nos setores mais afetados por medidas de lockdown e distanciamento social.

No estado de São Paulo, a situação não foi diferente. Apesar da força econômica paulista e o desempenho histórico do PIB ser sempre maior do que o nacional, a pandemia gerou desemprego e diminuição na renda. Segundo pesquisa da Fundação Seade, intitulada Trajetórias Ocupacionais², a parcela de inativos só na Região Metropolitana de São Paulo

¹ Pesquisa do Banco Mundial: Os impactos econômicos da crise Covid-19
www.worldbank.org/pt/publication/wdr2022

² Pós pandemia e mercado de trabalho na Região Metropolitana de São Paulo
<https://trajetoriasocupacionais.seade.gov.br/>



creceu muito, de 2,9 milhões para 3,8 milhões de pessoas entre o fim de 2019 e o término de 2020, quando o mundo ainda buscava uma vacina para a Covid-19.

Com tantas condições adversas decorrentes da pandemia, o Governo de São Paulo lançou, em maio de 2021, o programa Bolsa do Povo, cujo objetivo é beneficiar mais de 500 mil pessoas em situação de vulnerabilidade social com ações em áreas como saúde, educação, transferência de renda e requalificação profissional.

Uma das áreas prioritárias do Bolsa do Povo foi mitigar os impactos da pandemia da Covid-19 em relação à evasão escolar na rede pública de ensino. Com o avanço da vacinação e a reabertura simultânea das instituições educacionais, o Governo lançou o Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis.

O programa é destinado ao representante legal do estudante da rede estadual de ensino e tem como principais objetivos fortalecer o vínculo entre família e escola; intensificar a busca ativa pelo retorno dos estudantes às aulas; e garantir uma volta segura com a garantia do cumprimento dos protocolos sanitários. O objetivo é contratar 20 mil responsáveis de alunos com um benefício mensal de R\$ 500 por mês e que farão suas atividades por quatro horas diárias e 20 horas semanais de trabalho nas dependências das escolas.

Diante de um programa tão robusto em um momento importante de retomada econômica, o trabalho de comunicação será fundamental para atingir os objetivos propostos: informar com precisão e agilidade famílias e alunos, divulgar as ações e as atividades que deverão ser executadas, o formato de pagamentos, a frequência exigida e todo o passo a passo de como funciona o Bolsa do Povo Educação.

Para isso, o plano estratégico feito pela Tread Marketing para este exercício tem como foco o cumprimento de objetivos da Secretarias de Estado da Educação e de Comunicação, dentro do alinhamento ao Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo – SICOM, e tornar a comunicação do programa mais fluída, sem barreiras e burocracias, aproximando Governo e população de uma forma transparente, direta e eficaz. Como se trata de uma missão para atingir grupos vulneráveis e que mais sofreram com a pandemia, as ações serão voltadas à grande imprensa no geral, mas também a veículos mais populares, em que as informações são transmitidas de forma mais simples e direta.

O trabalho com a mídia regional também será imprescindível para a divulgação do programa. São mais de 5,1 mil escolas estaduais distribuídas pelos 645 municípios paulistas.

Programas de rádios, jornais locais, influenciadores e redes sociais do interior e do litoral possuem grande influência sobre as comunidades. Como se trata de um benefício social para auxílio direto a pessoas necessitadas, também há possibilidade de parcerias com estes veículos para divulgação por meio de mídia espontânea.

Entretanto, apenas o trabalho de assessoria de imprensa e relações públicas não serão suficientes para a divulgação. O uso de redes sociais também será fundamental, já que as diversas plataformas de compartilhamento de conteúdo são utilizadas em larga escala pelos jovens. A criação diária de conteúdos multimídia como posts, vídeos, materiais ilustrativos e novos produtos em todos os canais, com esclarecimento de dúvidas e informações de como obter o auxílio, será o meio mais eficaz para transformar os alunos em multiplicadores de informação para que pais ou responsáveis conheçam e se interessem pelo programa.

Fortalecer parcerias com prefeituras e instituições da sociedade civil também serão instrumentos importantes nesta fase da comunicação do programa. As Diretorias de Ensino do estado também serão utilizadas para a disseminação. Ações nas escolas como apresentações e palestras sobre o tema, distribuição de materiais e folhetos impressos, conversas com os professores, entre outras, vão facilitar a integração entre as famílias e a comunidade escolar, ampliando a possibilidade de acesso de pais ou responsáveis ao benefício.

Um ponto interessante a ser destacado e que foi levantado nas pesquisas por nossa equipe se refere ao baixo número de reportagens sobre o programa. Em buscas diretas na internet e nos próprios veículos de imprensa, como também no link deste edital, os resultados revelam conteúdos muito similares, quando não iguais. A sensação é que a equipe de comunicação trabalhou apenas com envios de releases e informações, sem abranger um plano de comunicação mais amplo e mais efetivo, com uma visão macro da possibilidade da notícia.

Com a baixa visibilidade do programa até o momento, o nosso desafio é ainda maior. Nas próximas páginas, vamos detalhar todas as estratégias e ações da Tread Marketing para que o trabalho de comunicação do programa Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis tenha êxito e atinja os objetivos propostos dentro de uma jornada 360°, capaz de colocar esta importante iniciativa do Governo de SP no patamar de visibilidade que merece.

3.2.1.2 – Plano de ação

O Raciocínio Básico mostrou que programas com temas de geração de renda e combate à evasão escolar durante a pandemia são importantes e merecem destaque da sociedade, dos governos e, principalmente, dos meios de comunicação. Para tanto, a atuação da assessoria de imprensa, relações públicas, canais digitais e aproximação com as comunidades escolares serão fundamentais.

O plano de ação proposto pela Tread Marketing tem o intuito de implementar uma comunicação assertiva para o Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis com todos os públicos-alvo e garantir os objetivos propostos e o sucesso do programa. Entretanto, além das ações de assessoria de imprensa, relações públicas e criação de conteúdo para disseminação da notícia, vamos focar também na divulgação sustentada para que o programa seja tema frequente na imprensa, comunidades escolares e redes sociais, mesmo após o lançamento.

Separamos algumas mensagens-chave para nortear o nosso Plano de Comunicação e que vão nos ajudar em todas as etapas de execução:

- 1) A proposta estadual de distribuição de renda para pais e responsáveis das escolas públicas para mitigar impactos econômicos da pandemia;
- 2) O trabalho do Governo para diminuir a evasão escolar, que se intensificou durante a pandemia da Covid-19;
- 3) Sensibilização e aproximação entre famílias, alunos, professores e diretores escolares;
- 4) A mobilização das comunidades no entorno de cada escola, além das Diretorias de Ensino e dos próprios professores das escolas estaduais;
- 5) A mensagem de que todos os órgãos envolvidos, como as Secretarias de Educação, Comunicação e o Governo do Estado como um todo, lançaram um programa importante para combater a fome e a pobreza durante a maior crise de saúde pública dos últimos cem anos.

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

O noticiário sobre a pandemia foi tomado pela cobertura diária de causas e consequências da doença, como número de casos, mortes, recuperados e a vacinação. Mas também identificamos uma grande oportunidade de espaço na mídia para iniciativas públicas

que beneficiem a população durante a pandemia, principalmente quando se trata de transferência de renda e combate à fome e ao desemprego.

Para que os objetivos sejam atingidos, a Tread Marketing propõe trabalhar em três frentes de atuação: **1) Assessoria de Imprensa**, por meio da geração de uma exposição ampla e qualificada, ocupando espaços em veículos de expressão e também na mídia regional; **2) Ações de Relações Públicas**, com iniciativas diferenciadas que gerem repercussão na mídia; e **3) Engajamento via redes sociais**, de modo a obter o maior alcance possível e alto engajamento entre os estudantes, que formam um importante público-alvo do programa.

Antes das ações propostas nas três áreas acima, nossa estratégia inicial é mapear no Plano de Comunicação os diversos públicos estratégicos relacionados ao Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. Assim, identificaremos a melhor forma de comunicar os selecionados de forma clara e consistente, além de obter repercussão positiva em mídia espontânea.

- **Imprensa** – Será nosso principal canal para divulgação do Programa. O trabalho será desenvolvido com os veículos e jornalistas da grande mídia de São Paulo, regional e local, de todos os meios: rádios, TVs, jornais, revistas, portais online, blogs e canais de jornalismo no Instagram, TikTok, YouTube, Facebook e outras redes sociais.
- **Beneficiados do Programa** - Beneficiários diretos e indiretos do Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis: pais e responsáveis, estudantes, familiares e comunidades escolares, entre outros.
- **Influenciadores** – Hoje, são pessoas com grande penetração junto ao público e que podem falar sobre o tema com uma aproximação maior, seja em mídia tradicional ou redes sociais. Os influenciadores regionais também são importantes, inclusive nas cidades menores, uma vez que o Programa é oferecido em todo o estado.
- **População geral de São Paulo** – Um programa de transferência de renda lançado no meio da pandemia também pode ser divulgado e alcançar engajamento pela população em geral do estado. As pessoas têm grande poder de multiplicar a informação no “boca a boca” e, além de disseminar os benefícios do programa, podem também aumentar a imagem positiva das ações do Governo.



Assessoria de Imprensa

Mapeados os públicos estratégicos, é hora de colocar em práticas as ações propostas. O trabalho de assessoria de imprensa será fundamental para a divulgação do programa. Usaremos o mailing completo de jornalistas de todo o estado, independentemente da editoria. O primeiro release a ser enviado será sobre o lançamento do programa e seus benefícios. A grande mídia será destacada, mas os veículos de imprensa regionais também serão fundamentais.

Grande Imprensa: nos grandes veículos, pautaremos todas as TVs, como Globo, Record, Band, SBT e Cultura; rádios como CBN, Globo, Jovem Pan e BandNews; veículos online como UOL, G1 e Catraca Livre; e impressos como Folha de S.Paulo, O Globo e Estadão, entre outros.

Mídia Regional: na mídia do interior e litoral, vamos trabalhar com todas as afiliadas de Globo, Record, Band e SBT. A ação também mira rádios de todo o estado e impressos regionais de destaque, como A Tribuna de Santos, Correio Popular de Campinas, O Vale de São José dos Campos e Diário da Região de Rio Preto, entre tantos outros.

Veículos populares: Além da mídia jornalística que será contemplada diariamente com informações, vamos trabalhar especificamente com veículos e programas de ampla abrangência popular para ampliar o alcance do público-alvo formado por pais e responsáveis de alunos de baixa renda.

A pauta do Banco do Povo Educação será oferecida a programas e editorias de imprensa para publicação de reportagens completas sobre o programa e também a sugestão de porta-vozes que poderão dar o passo a passo para quem quiser aderir.

Por exemplo: vamos oferecer uma pauta com personagens que já são beneficiados para os programas de TV "Bom Dia Brasil", da Globo, que abrange todo o país, "Balanço Geral", da Record, "Brasil Urgente", na Band, além das rádios Capital e Transamérica e também emissoras com programação mista de música, entretenimento e noticiário na capital e no interior.

Programas de TV voltados ao público feminino também serão pautados pela equipe, como os matutinos e vespertinos em emissoras como Globo, Band, SBT e Gazeta.

Handwritten initials in blue ink, possibly 'R' and 'M', located in the bottom right corner of the page.

Ações de Relações Públicas

Ações de Relações Públicas são capazes não apenas de gerar notícias positivas, mas também de engajar públicos estratégicos, criando uma nova percepção dos fatos e mudando atitudes. A seguir, algumas ações propostas para ajudar na divulgação do Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis.

A primeira delas será criar uma live semanal diretamente das redes sociais da Secretaria de Educação e do Governo de São Paulo com o tema “Bolsa Educação e Geração de Renda”. O conteúdo será feito por profissionais da educação e até mesmo por professores. Cada entrada será feita com um tema diferente, como o detalhamento do programa, os benefícios e os passos a passos para se inscrever.

Outra ação proposta será feita nas próprias escolas. Pais e responsáveis dos alunos que já estejam trabalhando e recebendo o benefício vão explicar o programa a alunos e, assim, alcançar um público maior e que tem direito de pleitear o auxílio. O trabalho será feito pela agência e repassado às Diretorias de Ensino.

A geração de emprego também será um ponto importante para divulgação. Em consonância com a Secretaria de Educação, vamos disponibilizar e repassar a oportunidade de trabalho nos Postos de Atendimento ao Trabalhador dos municípios. Assim, pais e responsáveis que buscam uma oportunidade também ficarão sabendo sobre o programa.

A agência também fará um trabalho ativo com os deputados estaduais. Faremos uma apresentação agendada na Assembleia de São Paulo para apresentar o programa, suas vantagens e os benefícios sociais e educacionais. Todos os parlamentares, independentemente do partido político, poderão ser padrinhos do Bolsa do Povo Educação e divulgar o programa em seus canais ou eventos públicos em suas cidades e comunidades.

Engajamento Via Redes Sociais

Os próprios estudantes das escolas estaduais podem se tornar os principais porta-vozes do programa por meio do compartilhamento de informações em aplicativos de mensagem e redes sociais. Dar voz ao protagonismo estudantil é fundamental para que a mensagem se conecte de forma mais eficaz e chegue mais rápido a pais e responsáveis.



Pesquisa PoderData³ realizada no final de 2021 mostra que 45% dos brasileiros ficam mais de uma hora por dia nas redes sociais. O número é a soma dos que ficam de 1 a 3 horas (22%) com os que ficam de 3 a 5 horas (16%) e mais de 5 horas (7%).

Como dito no tópico acima, nosso objetivo é que os próprios veículos de imprensa postem as notícias sobre o programa em suas redes sociais. Assim, com uma mídia espontânea gerada nos veículos jornalísticos, teremos uma grande aproximação dos públicos-alvo.

Nosso plano de comunicação também prevê planejamento e execução de ações com ampla presença digital, incluindo desde a criação de conteúdos até a produção de material gráfico, cards e vídeos para canais e perfis no YouTube, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn e Facebook.

Para isso, vamos criar produtos e conteúdos que engajem não só o público jovem, mas todas as pessoas que se encaixem no perfil do programa, para que eles se tornem os embaixadores e multiplicadores do Bolsa do Povo (detalhamento mais abaixo).

b) Ações que serão desenvolvidas pela contratada junto à mídia

Elaboração e oferta de pautas para veículos estratégicos

Dentro do contexto da crise econômica e social provocada pela pandemia, a equipe da Tread Marketing vai fechar pautas estratégicas com estes temas para oferta a veículos de grande público e repercussão. Vamos convidar o “**Jornal Nacional**” para acompanhar o dia de trabalho de um pai, selecionado pelo programa, dentro da escola. O porta-voz poderá ser o próprio diretor da instituição. O gancho será o programa do Governo de São Paulo como uma referência nacional em transferência de renda para pais e responsáveis da comunidade escolar.

Outra pauta de escala nacional será divulgar esforços estaduais para combate à evasão escolar. Vamos apresentar dados de resultados do balanço do programa em determinado período, mostrando que oferecer trabalho a pais e responsáveis para que garantam o retorno dos filhos às escolas dá resultado. A pauta pode ser oferecida ao “**Jornal da Record**”, que tem boa audiência no horário nobre.

³ Pesquisa Poder Data sobre o uso de redes sociais pelo brasileiro
<https://www.poder360.com.br/midia/45-dos-brasileiros-passam-mais-de-1-hora-por-dia-nas-redes-sociais/>

A terceira pauta que faremos, e serve como exemplo para este exercício, é sobre a possibilidade que as mães dos alunos da rede estadual possam obter uma renda mínima para complemento do orçamento doméstico. Sabemos que, em muitos lares brasileiros, a mulher faz o papel de provedoras e, nos grupos mais vulneráveis, são elas que sozinhas sustentam toda a família. Vamos oferecer ao programa **“Encontro” (agora com Patrícia Poeta), na Rede Globo**, uma matéria contando a história de mulheres que trabalham nas escolas dos filhos, reforçam a renda da família e despertam em seus filhos o desejo de retomar os estudos.

Encontros de relacionamento:

Nossa equipe irá propor um calendário de visitas às redações dos principais veículos de São Paulo para apresentar o programa. Vamos nos reunir com os jornalistas especializados em educação e outras editorias. A ideia é otimizar oportunidades e buscar o apoio institucional dos veículos e grupos de mídia para que apoiem as campanhas de divulgação, oferecendo espaço editorial e/ou comercial a custo zero.

Vamos promover, estrategicamente, o encontro do secretário estadual de Educação com alguns jornalistas especializados para apresentar as vantagens e benefícios do programa. Em parceria com a Secretaria de Comunicação, também vamos oferecer reuniões do governador com jornalistas selecionados para que ele próprio fale sobre o Bolsa do Povo Educação.

A agência vai montar um briefing com as principais mensagens para que o governador use em suas entrevistas diárias sobre a recuperação da economia na pandemia, os programas sociais e as ações na área de educação para o retorno dos alunos às aulas.

Parcerias com formadores de opinião

Vamos mapear os principais formadores de opinião que podem ajudar na divulgação do Bolsa do Povo Educação. A lista terá influenciadores digitais, professores, especialistas em educação, líderes de comunidades e organizações, além de jovens que possuem voz ativa, principalmente nas redes sociais.

A meta é trabalhar informações de qualidade sobre os assuntos de interesse e que se encaixem no perfil de cada um. Também sugerimos reuniões presenciais entre representantes da Secretaria da Educação e do Governo e formadores de opinião selecionados que topem divulgar a pauta de um programa social que beneficia jovens de baixa renda e suas famílias.



Parcerias estratégicas – comunidades e associações de pais e mestres

O programa não terá sucesso se a mensagem não chegar às pessoas corretas, independentemente da forma que isto acontecer. Por isso, a parceria com aliados estratégicos é fundamental. Entre eles, estão as comunidades de bairro, as Diretorias Regionais de Ensino e as associações de pais e mestres, além das prefeituras, que podem disponibilizar oportunidades em seus bancos de empregos.

Essas parcerias podem gerar mídias espontâneas em jornais de bairro ou nos veículos regionais. Entrevistas com diretores e representantes de entidades escolares também são eficazes e geram bons resultados. Vamos sugerir, por exemplo, que o Ipiranga News entreviste as representantes do bairro na capital. No interior, que o Diário de Barretos fale com o dirigente regional de ensino. E que a rádio Hertz, de Franca, entreviste o representante da Associação de Pais e Mestres da cidade, entre outros.

Treinamento de porta-vozes (media training):

Preparação do secretário e demais porta-vozes identificados, como dirigentes regionais e diretores da escola para:

1. Adoção do tom simples e humanizado na comunicação sobre o Programa e disseminação das mensagens-chave pré-definidas;
2. Explicar o passo a passo de adesão ao programa, as regras, como serão feitos os pagamentos, o tempo da ação e o treinamento prévio dos beneficiários para apoio às escolas.
3. Informar dados alinhados sobre o número de estudantes que não voltaram às escolas, a prioridade de combate à evasão escolar e um balanço de adesão ao programa.
4. Divulgação de outros programas da Secretaria de Educação e ações do Bolsa do Povo, mostrando que o Governo de São Paulo elabora projetos sociais consistentes em benefício das pessoas mais vulneráveis afetadas pela pandemia.

c) Materiais que serão produzidos

Assim como as ações apresentadas anteriormente, os materiais detalhados abaixo mantêm o foco no alcance dos resultados apontados na Estratégia de Comunicação. Daremos destaque a todos os canais disponíveis no mercado, mas com atenção mais focada no digital e

mídias sociais devido ao alcance exponencial via internet e acesso direto aos públicos-alvo do programa, permitindo uma comunicação eficaz e fundamental para a transmissão da mensagem proposta. Todo o material produzido irá remeter ao site oficial do Bolsa do Povo Educação.

Mídias Sociais

O trabalho nas redes sociais para divulgação do programa será diário e com ações diferentes em todos os canais, seja em lives no Instagram e Youtube, posts dos perfis das secretarias estaduais e do Governo, conteúdos para o Facebook e informações para o Twitter.

Haverá ainda monitoramento e interação permanente para ampliar o engajamento nos posts dos perfis, fortalecendo o relacionamento direto com a população e sugerindo, conforme cada caso, o impulsionamento de determinados conteúdos. Cada rede social possui linguagem e consumo próprios, definidos pelo público de cada uma delas. Por isso, a diversificação de publicações sob demanda terá papel fundamental na divulgação do Bolsa do Povo Educação – Ações Responsáveis.

Vamos recomendar também à equipe de governo que trata das ações digitais o uso de bumpers ads no Youtube e o Google AdWords, sempre em consonância com as melhores estratégias de SEO, a fim de garantir a maior exposição do programa.

Para que todas as ações de mídia digital estejam alinhadas com as mensagens-chave e visando atrair tráfego orgânico e maior relevância ao compartilhar nas redes sociais, vamos criar uma campanha que será usada em todos os canais.

Denominada **Renda para pais e alunos na escola**, vamos produzir uma série de materiais que serão utilizados nas redes, como selos, hashtags, memes e GIFs animados. A redação de todos os conteúdos trará o mote da campanha, que é o de geração de renda para os pais e responsáveis e o retorno dos alunos para a escola após o período mais crítico da pandemia.

Abaixo, alguns produtos e conteúdos que serão produzidos nos canais digitais, todos conforme a campanha proposta pela Tread Propaganda.

TikTok – Uma das redes sociais com maior engajamento dos jovens em geral, entre eles os estudantes da rede estadual. Vamos produzir vídeos com os próprios alunos para

divulgar a abertura das inscrições do programa para que outros estudantes vejam e avisem seus pais e responsáveis.

Instagram – Hoje, essa rede social é uma das maiores em audiência e engajamento entre diferentes públicos, de qualquer idade e classe social. Aqui, criaremos um perfil exclusivo para o Bolsa do Povo e faremos posts diariamente sobre o programa no Stories e no feed de notícias. No Reels, também contaremos histórias (storytelling) com a participação dos pais e alunos das escolas estaduais, dando destaque à possibilidade de complementação de renda às famílias afetadas pela pandemia.

Facebook – Contaremos com um conteúdo mais informativo e que vai gerar tráfego para o site do programa. Esta rede social, apesar de ter perdido força com a chegada do Instagram, ainda tem um poder muito grande de notícias e divulgação, principalmente para os pais e responsáveis que ainda permanecem neste canal. Serão criados cards interativos, fotos e vídeos para atrair a atenção dos usuários.

YouTube – As crianças e adolescentes se identificam com essa rede, pois situações cotidianas da infância e adolescência são compartilhadas diariamente no canal. São vídeos interativos de música, filmes, séries e produtos que conseguem passar a mensagem para o público-alvo. Vamos criar uma página específica do programa Bolsa do Povo e postaremos um vídeo por semana. Os materiais produzidos aqui poderão ser compartilhados também em outras redes.

Twitter – Apesar de ser menos acessado pelos jovens, o canal tem grande influência de notícias e não pode ficar de fora da divulgação do programa. Aqui podemos postar informações detalhadas em formato jornalístico, com dados e números e as ações do Governo para geração de renda ao longo da pandemia

LinkedIn – Por ser uma rede com viés de relações profissionais, vamos trabalhar um conteúdo mais técnico sobre o programa, com a divulgação da oportunidade de renda extra para os pais em um cenário de desemprego crescente em todo o mundo, principalmente entre as famílias mais vulneráveis.

Outros materiais

Apesar de reunirmos grandes esforços para divulgar o programa nos canais digitais, vamos também produzir materiais e conteúdos estratégicos tradicionais. São eles:



Planejamento: No primeiro mês, apresentação ao cliente do Plano de Comunicação - estratégico e operacional sobre as principais ações do programa em curto, médio e longo prazo, juntamente com as ferramentas que serão utilizadas.

Atendimento e Redação: Produção de press-releases; captação de imagens, sugestão de roteiro para vídeos; redação e aprovação de aspas de porta-vozes para inclusão em textos ou repasse a jornalistas; produção de gráficos e infográficos; fotos e imagens de projetos; personagens para oferta de pautas e elaboração de mailing de imprensa personalizado.

Boletins de rádio: o rádio ainda tem uma força grandiosa de divulgação, principalmente para entre grupos de baixa renda e o público em geral no interior do estado. Vamos produzir boletins de rádios diários sobre o programa, com detalhes e dicas de como se inscrever. Todo o conteúdo será disponibilizado gratuitamente para as emissoras. Também haverá porta-vozes identificados pelas Secretarias da Educação e de Comunicação para entrevistas ao vivo e gravadas.

Podcasts: este formato, apesar de recente, já tem um público muito fiel. Vamos fazer divulgação detalhada do programa em conteúdos mais longos e específicos, diferentemente dos boletins tradicionais de rádio. Os podcasts serão compartilhados em plataformas de grande alcance, como Spotify, Deezer, SoundCloud e similares.

Banco de Dados: O time de comunicação da Tread Propagada tem como desafio manter a pauta sobre o programa ativa na imprensa. Por isso, vai criar um banco de dados que será atualizado pela Secretaria de Educação semanalmente, servindo de fonte primária aos veículos paulistas para manter o assunto vivo e debatido na opinião pública. Serão balanços da diminuição da evasão escolar, número de pais participantes do programa, valor global investido, entre outras informações de interesse público e jornalístico.

Branded content: apoio para o desenvolvimento de conteúdos sobre o programa para veiculação em diferentes empresas em atuação no mercado como, por exemplo, o "Media Lab", do Estadão, ou o "Estúdio Folha", além do UOL e veículos regionais e de nicho que atuam com conteúdo patrocinado, como "Diário do Grande ABC", "A Tribuna", de Santos.

Relatório de mensuração de resultados: dentro da proposta apresentada, vamos montar um cronograma para apresentação dos resultados aferidos em relatórios semanais e mensais. Eles serão o termômetro necessário para medir se as ações realizadas avançaram e demonstraram os objetivos positivos propostos neste Plano de Comunicação.

3.2.1.3 Oportunidades de mídia positiva

1. Tornar-se o maior programa de geração de renda na área de educação do Brasil

O programa Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis irá contratar 20 mil responsáveis de alunos da rede estadual para prestar apoio geral às escolas, com benefício mensal de R\$ 500.

O principal objetivo é auxiliar as famílias a superar os desafios educacionais e financeiros provocados pela pandemia e ampliar o envolvimento de toda a comunidade escolar, reforçando vínculos entre alunos, professores e servidores da Educação e gerando novos postos de ocupação.

Com a medida, o Governo de São Paulo vai criar novas oportunidades ocupacionais, ampliar a qualificação profissional, gerar renda para parte da população desempregada e aumentar as equipes escolares, mobilizando milhares de pessoas em prol da Educação.

Divulgar o programa e, conseqüentemente, obter o sucesso esperado de inscrições e metas será um grande desafio para a equipe de comunicação, mas também pode ser uma grande oportunidade. A mensagem-chave que poderá ser passada é que o Bolsa do Povo é a maior ação de geração de renda na área de educação do Brasil na área pública.

A partir de um cronograma detalhado e a disseminação eficaz da informação, com foco permanente na transmissão da mensagem principal, é possível que imprensa, formadores de opinião e a população consigam, por meio de dados que ratifiquem o escopo do Bolsa do Povo, reconhecer o programa como a principal iniciativa social do país em sua área de atuação.

O engajamento com influenciadores em canais das redes sociais também é um caminho importante para a divulgação da mensagem e consolidação do programa como o mais importante da área para combate ao empobrecimento e ao desemprego decorrentes da pandemia.

2. Combate à evasão escolar

O Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis visa gerar renda a 20 mil famílias das escolas estaduais e combater a evasão escolar, problema também agravado pela pandemia.



Segundo a própria Secretaria de Estado da Educação, cerca de 35% dos alunos não voltaram às escolas depois da interrupção das aulas presenciais iniciada em 2020.

Nesse cenário, a iniciativa do Governo ao lançar programas que ajudem a aumentar a frequência dos alunos com a reabertura das escolas também se torna uma excelente oportunidade para a mídia positiva.

Com a implementação gradual do programa e o retorno dos estudantes às salas de aula, é possível que estes dados sejam divulgados de forma positiva em todos as mídias do estado e também nas nacionais.

A Secretaria de Educação deve manter uma planilha atualizada com o balanço dos dados sobre a volta dos alunos por Diretorias de Ensino, com foco na divulgação regional e geral de dados positivos. Por exemplo, “Após a pandemia, evasão escolar diminui 30% na região de Sorocaba” ou “São Paulo é o estado com a menor evasão escolar do país”.

Dessa forma, as notícias mostrariam as ações do Governo na área de educação ao longo da pandemia e reforçariam os programas estaduais com retorno de imagem positiva de uma administração comprometida em implementar ações sociais em favor da população.

3. Participação em prêmios

Transferir renda em plena pandemia para ajudar pais e responsáveis de alunos carente a ter mais dignidade, fortalecer o elo entre famílias e escolas e gerar benefícios para toda a sociedade. Um programa com tal escopo tem plena capacidade de participar e concorrer a prêmios de cunho social e educacional no âmbito nacional.

A equipe de comunicação precisa fazer uma pesquisa detalhada sobre os prêmios em que o Bolsa do Povo – Ação Responsáveis se encaixa e apontar as inscrições. Com participações e premiações, o projeto vai assegurar ainda mais divulgação e mídia positiva.

Mas os ganhos não param por aí. Tanto a Secretaria de Educação como a Secom podem divulgar a notícia para os seus mailings e em redes sociais. E o próprio Governador também pode publicar reportagens relacionadas ao programa em suas páginas pessoais.

O sucesso do programa também pode ser enviado como case de sucesso à Organização das Nações Unidas (ONU) como referência em transferência de renda para pais e combate à evasão escolar dos alunos durante a pandemia.

3.2.1.4 Identificação dos riscos à imagem

1. Possibilidade de término do programa

Em 2021, o Governo de São Paulo criou o Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis, programa social que oferecia trabalho e renda a mães, pais e responsáveis por alunos da rede que estivessem desempregados. O investimento estadual foi estabelecido em R\$ 500 mensais por beneficiado.

Programas públicos de transferência de renda aceleram o combate à pobreza e fomentam a retomada econômica, mas geram altas despesas públicas e impactos no planejamento e metas financeiras do Governo para gestão e execução orçamentária.

A análise de reportagens fornecidas neste edital e nos próprios materiais de divulgação revelam que o programa não prevê data de término. Assim, quando a ação for encerrada, haverá grandes riscos de imagem ao Governo de São Paulo, à Secretaria de Educação e ao próprio Governador, que ficará com o ônus público da interrupção do benefício.

A ausência de cronograma pode levar pais e responsáveis beneficiados à dispensa das atividades de apoio às escolas sem aviso prévio, provocando reclamações e reações tanto na imprensa como nas redes sociais.

A pauta negativa é atrativa porque os personagens (os próprios pais) serão facilmente identificados para as reportagens, a mídia regional fará matérias locais com enfoque no problema e as redes sociais se tornarão um amplificador de protestos e cobranças ao Governo. Aqui, cabe à Secretaria de Comunicação (Secom) reunir os responsáveis pelo programa e respectivas equipes de comunicação para elaboração de um cronograma completo antes da implementação do projeto.

2. Regras para a seleção dos participantes

As vagas do Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis colocam pais de alunos em tarefas como busca ativa de estudantes ou suporte geral nas escolas. A previsão é que a bolsa será paga durante seis meses (com possibilidade de renovação), com contrapartida de quatro horas diárias de atividades de apoio pelos beneficiários.



Apesar da ampla divulgação de regras e requisitos para solicitação do benefício, a insatisfação dos reprovados é um fator que pode provocar risco à imagem e, posteriormente, repercussão negativa na imprensa e nas redes sociais.

Em um momento econômico crítico, R\$ 500 mensais por quatro horas diárias de trabalho fazem diferença para complementar a renda de famílias vulneráveis. Assim, a Secretaria de Educação precisa criar uma ouvidoria específica para atendimento a reclamações e transparência nos esclarecimentos.

Já as equipes de comunicação devem reforçar os critérios de seleção e oferecer portavozes para falar a jornalistas e influenciadores sobre as especificações, além da distribuição de material informativos impresso e digital entre a comunidade escolar.

3. Formato de pagamento aos beneficiados

Um tema que pode se tornar uma avalanche de impacto negativo na imprensa e nas redes sociais é o não pagamento do auxílio aos beneficiados. Qualquer anormalidade pode gerar crises, independentemente se o imprevisto for de origem tecnológica ou troca de meio de pagamento, como o uso do cartão, entre outros fatores.

O trabalho da nossa equipe identificou, por meio da imprensa e de pesquisas, que o pagamento do benefício foi alterado ao longo do programa, passando de voucher eletrônico para um cartão na função débito ou saque no Banco do Brasil.

Assim, é imprescindível eficiência e precisão no trabalho da equipe de comunicação para informar aos beneficiários sobre as formas de pagamento. É preciso produzir e emplacar material informativo em reportagens, entrevistas e publicações diárias redes sociais, especialmente em formato passo a passo.

Para comunicar mudanças no formato de pagamento, escolas e diretorias de ensino precisam fazer “corpo a corpo” com pais e responsáveis. A comunicação deve ser minuciosa ao pautar a imprensa, explicando detalhes das mudanças, as formas para retirada ou recebimento de cartões e onde o dinheiro pode ser sacado. Posts em redes sociais que alertem sobre a mudança e o passo a passo também são importantes, assim como conteúdo multimídia no portal do programa na internet.

3.3 ANÁLISE DA IMAGEM



3.3 Análise Diária de Imagem

3.3.1 Relatório

05/04/2022

Análise: Matéria positiva do Diário de Tupã em versão impressa traz informações detalhadas sobre o programa Escola da Família 2.0. Como novidade, o programa vai priorizar unidades em situação de maior vulnerabilidade, contratar estagiários de nível superior e médio para atividades operacionais e dar apoio a atividades na semana letiva.

Reportagem explica também os detalhes do Bolsa do Povo Educação. Criado em julho de 2021, o programa tem como principal objetivo auxiliar as famílias a superar os desafios educacionais e financeiros provocados pela pandemia e ampliando envolvimento de toda a comunidade escolar, reforçando vínculos entre alunos, professores e servidores da educação. As novas inscrições podem ser feitas até 12 de abril. Estão previstas 2,5 mil novas contratações.

Pontos Positivos: Em ambos os projetos citados, há um detalhamento de serviços completos para os leitores que têm interesse nos benefícios oferecidos. O jornal traz um passo a passo de como os interessados devem fazer para aderirem aos programas, inclusive com a postagem do site do programa Bolsa do Povo Educação.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Secretário de Educação do Estado

Ações de imprensa: Assessoria de imprensa deve divulgar o mesmo conteúdo para todos os veículos do Estado. Como é um serviço direto que vai beneficiar a população, inclusive com liberação de renda, os veículos tendem a dar destaque e ajudar na divulgação. A disponibilização de porta-vozes também será importante, como no caso de rodadas de rádios no interior.

Principais notícias do dia: Diário de Tupã: Lançada a Escola da Família 2.0 e abertas novas inscrições para o Bolsa do Povo Educação

06/04/2022

Análise: Portal R7 também traz matéria positiva sobre o programa Escola da Família 2.0. Como novidade, o programa vai priorizar unidades em situação de maior vulnerabilidade, contratar estagiários de nível superior e médio para atividades operacionais e dar apoio a atividades na semana letiva. A reportagem é a mesma da matéria anterior.

Reportagem explica também os detalhes do Bolsa do Povo Educação. Criado em julho de 2021, o programa tem como principal objetivo auxiliar as famílias a superar os desafios educacionais e financeiros provocados pela pandemia e ampliando envolvimento de toda a comunidade escolar, reforçando vínculos entre alunos, professores e servidores da educação. As novas inscrições podem ser feitas até 12 de abril. Estão previstas 2,5 mil novas contratações.

Pontos Positivos: Em ambos os projetos citados, há um detalhamento de serviços completos para os leitores que têm interesse nos benefícios oferecidos. O jornal traz um passo a passo de como os interessados devem fazer para aderirem aos programas, inclusive com a postagem do site do programa Bolsa do Povo Educação.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Assessoria de imprensa deve divulgar o mesmo conteúdo para todos os veículos do Estado. Como é um serviço direto que vai beneficiar a população, inclusive com liberação de renda, os veículos tendem a dar destaque e ajudar na divulgação. A disponibilização de porta-vozes também será importante, como no caso de rodadas de rádios no interior.

Principais notícias do dia: Portal R7: Secretaria da educação de SP lança novo programa do Escola da Família

08/04/2022

Análise: Portal do Centro do Professorado Paulista (CPP) informa que a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo (Seduc-SP) lançou a abertura das inscrições do Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. Criado em julho de 2021, o programa tem como principal objetivo auxiliar as famílias a superar os desafios educacionais e financeiros provocados pela pandemia e ampliar o envolvimento de toda a comunidade escolar, reforçando vínculos entre alunos, professores e servidores da Educação. As novas inscrições podem ser feitas até 12 de abril. Estão previstas 2,5 mil novas contratações.

Pontos Positivos: Publicação traz o detalhamento de serviços completos para os leitores que têm interesse nos benefícios oferecidos. O jornal traz um passo a passo de como os interessados devem fazer para aderirem aos programas, inclusive com a postagem do site do programa Bolsa do Povo Educação.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Dirigente de ensino da Guarulhos Sul, Maria Aparecida do Nascimento Barreto.

Ações de imprensa: Mesmas ações das matérias anteriores, por se tratar do programa Bolsa do Povo Educação. Assessoria de imprensa deve divulgar o mesmo conteúdo para todos os veículos do Estado. Como é um serviço direto que vai beneficiar a população, inclusive com liberação de renda, os veículos tendem a dar destaque e ajudar na divulgação. A disponibilização de porta-vozes também será importante, como no caso de rodadas de rádios no interior.

Principais notícias do dia: Portal do Centro do Professorado Paulista (CPP): Bolsa do Povo Educação e contratação de estagiários de apoio

12/04/2022

Análise: G1 Presidente Prudente também traz a notícia sobre o programa Bolsa do Povo Educação, mas com um enfoque agora nas vagas regionais. No Oeste Paulista, 18 unidades de ensino foram contempladas. Os moradores que se interessarem pelas oportunidades devem procurar a Diretora de Ensino mais próxima para saber quais escolas foram contempladas.

Pontos Positivos: Além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, publicação traz também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos. O jornal traz um passo a passo de como os interessados devem fazer para aderirem aos programas, inclusive com o endereço da Diretoria de Ensino mais próxima, que fica na cidade de Diamantina e também uma postagem do site do programa Bolsa do Povo Educação.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Esta matéria é um bom exemplo de como a regionalização de uma notícia pode render bons resultados. Equipe de imprensa da secretaria deve regionalizar os dados e colocar as vagas por municípios ou diretorias de ensino. Os porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais podem ser os próprios dirigentes regionais. As informações regionalizadas podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia: G1 Presidente Prudente: Bolsa do Povo Educação prorroga prazo de inscrições até 24 de abril; Oeste Paulista tem 18 escolas contempladas

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R. A.', is located in the bottom right corner of the page.

13/04/2022

Análise: Quatro veículos de diferentes regiões do estado noticiaram a mesma informação neste dia. Foram eles: G1 Itapetininga e região, Jornal de Assis, Diário de Santa Bárbara e A Tribuna Piracicabana. Dá para perceber que todos aproveitaram o release enviado pela assessoria de imprensa da pasta. Os textos destacam que a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo prorrogou até 24 de abril o prazo para novas inscrições do programa Bolsa do Povo Educação - Ação Responsáveis. No total, são 2,5 mil escolas com vagas para responsáveis por estudantes da rede estadual que desejam atuar nas escolas realizando ações de busca ativa de alunos, bem como prestar apoio geral às atividades, auxiliando a unidade escolar.

Pontos Positivos: Em todas as quatro publicações, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições e os valores que serão pagos aos pais e responsáveis dos alunos.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia: G1 Itapetininga e região: Programa Bolsa do Povo com benefício de R\$ 500 tem inscrições prorrogadas; veja como participar

Jornal de Assis: Bolsa do Povo Educação- Ação Responsáveis prorroga prazo de inscrições até dia 24

Diário de Santa Bárbara: Bolsa Educação

A Tribuna Piracicabana: Ação Responsáveis prorroga prazo de inscrições até dia 24

14/04/2022

Análise: As notícias do dia são de mídias e veículos de diferentes, mas são sobre o mesmo tema: o programa Bolsa do Povo Educação. A rádio Notícia FM de Tatuí traz entrevista com a coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP, Cecília Cruz por duas vezes ao longo do dia. Durante quase 10 minutos, Cecília explica didaticamente o passo a passo para os responsáveis dos alunos conseguirem os benefícios do programa. Com o mesmo conteúdo, mas em formato de mídia impressa, o jornal A Cidade de Barretos informa sobre a prorrogação das inscrições na região.

Pontos Positivos: Nas duas reportagens, de rádio e jornal, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições e os valores que serão pagos aos pais e responsáveis dos alunos.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP

Ações de imprensa: Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. A porta-voz que falou com a rádio em Tatuí é uma excelente fonte e soube explicar detalhadamente o programa. Ela pode ser utilizada em rádios de todo o Estado.

As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia: Rádio Notícia FM de Tatuí: Entrevista com a coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP, Cecília Cruz

A Cidade de Barretos: Bolsa do Povo Educação- Ação Responsáveis prorroga prazo de inscrições até dia 24

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R M', is located in the bottom right corner of the page.

15/04/2022

Análise: Novamente, as notícias do dia são de mídias e veículos de diferentes, mas são sobre o mesmo tema: o programa Bolsa do Povo Educação. A rádio Notícia FM de Tatuí repete a entrevista do dia anterior com a coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP, Cecília Cruz. Durante quase 10 minutos, Cecília explica didaticamente o passo a passo para os responsáveis dos alunos conseguirem os benefícios do programa. Já a Tribuna Liberal, de Sumaré, traz o mesmo conteúdo, mas em formato de mídia impressa, informando sobre a prorrogação das inscrições na região.

Pontos Positivos: Nas duas reportagens, de rádio e jornal, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições e os valores que serão pagos aos pais e responsáveis dos alunos.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP

Ações de imprensa: Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. A porta-voz que falou com a rádio em Tatuí é uma excelente fonte e soube explicar detalhadamente o programa. Ela pode ser utilizada em rádios de todo o Estado.

As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia: Rádio Notícia FM de Tatuí: Entrevista com a coordenadora de gestão de recursos humanos da Secretaria de Educação do Estado de SP, Cecília Cruz

Tribuna Liberal Sumaré: Bolsa do Povo Educação- Ação Responsáveis prorroga prazo de inscrições até dia 24

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P. U.', is located in the bottom right corner of the page.

21/04/2022

Análise: O noticiário de hoje traz seis reportagens em veículos diferentes, mas todas sobre o mesmo tema: o programa Bolsa do Povo Educação. O montante informa sobre a regionalização das pautas, com a divulgação de vagas específicas por regiões, como o exemplo da rádio CBN de São José dos Campos e ABC Repórter. Outras mídias trazem a informação da prorrogação das inscrições do programa, como A Comarca de Avaré e G1 Presidente Prudente.

Pontos Positivos: Em todas as reportagens, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia: Rádio CBN Vale – São José dos Campos: Bolsa do Povo educação está com duzentas e cinquenta e seis vagas região metropolitana do Vale

A Comarca Regional Avaré: Secretaria de Estado prorroga prazo das inscrições do Bolsa do Povo Educação para o dia 24 de abril

ABC Repórter: Ação Responsáveis tem 306 vagas no ABC

G1 Presidente Prudente: Prazo para novas inscrições do programa Bolsa do Povo Educação é prorrogado até 24 de abril

Portal da Gazeta de Votorantim: Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis tem 357 vagas na região de Sorocaba

Diário da Região Rio Preto: Estado abre 242 vagas de trabalho nas escolas da

22/04/2022

Análise: Os três veículos destacados no noticiário de hoje trazem os dados regionais do programa Bolsa do Povo Educação, com informações locais e número de vagas. São eles: O Diário de Mogi, Folha do ABC e DHoje Interior, de São José do Rio Preto.

Pontos Positivos: Em todas as reportagens, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Diário de Mogi – Estado oferece 282 vagas do programa Bolsa do Povo Educação no Alto Tietê

Folha do ABC: Bolsa do Povo Educação tem 306 vagas no ABC

DHoje Interior: Bolsa do Povo Educação tem 242 vagas

23/04/2022

Análise: Os dois veículos destacados no noticiário de hoje trazem os dados regionais do programa Bolsa do Povo Educação, com informações locais e número de vagas. São eles: O Imparcial Presidente Prudente e o Jornal O Povo de Barretos.

Pontos Positivos: Em todas as reportagens, além de mostrar regionalmente o número de vagas do programa, o que chama a atenção dos leitores, elas trazem também o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

O Imparcial Presidente Prudente – Bolsa do Povo Educação tem 114 vagas na região de Prudente

Jornal O Povo de Barretos: Inscrições no Bolsa do Povo Educação - Ação Responsáveis tem 26 vagas na região de Barretos

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R M', is located in the bottom right corner of the page.

24/04/2022

Análise: Jornal de Barretos traz como destaque a notícia da prorrogação do programa Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. Na região de Barretos, estão abertas 26 vagas em 15 escolas para responsáveis por estudantes da rede estadual que desejam atuar nas escolas realizando ações de busca ativa de alunos, bem como prestar apoio geral às atividades, auxiliando a unidade escolar.

Pontos Positivos: Reportagem traz informações detalhadas sobre o número de vagas do programa e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Jornal de Barretos – Educação recebe até hoje inscrições para o programa Bolsa do Povo

A handwritten signature in blue ink, possibly 'CH', is located in the bottom right corner of the page.

26/04/2022

Análise: O noticiário do dia traz três reportagens sobre o programa Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. A rádio Metropolitana de Mogi das Cruzes informa ao longo da programação duas vezes, em horários diferentes, as informações detalhadas do programa. Já o Diário de Suzano informa sobre a prorrogação das inscrições para os interessados da região.

Pontos Positivos: Reportagens trazem informações detalhadas sobre o número de vagas do programa e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições. Elas também fornecem o site do programa para facilitar a busca dos interessados.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Diário de Suzano: Bolsa do Povo Educação

Rádio Metropolitana Mogi das Cruzes: Prazo para novas inscrições do programa Bolsa do Povo Educação é prorrogado até 24 de abril

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P. U.', is located in the bottom right corner of the page.

29/04/2022

Análise: Única notícia do dia trazida pela Gazeta de Votorantim, em versão impressa, informa que o Bolsa do Povo Educação - Ação Responsáveis tem 357 vagas na região de Sorocaba e o passo a passo para as inscrições.

Pontos Positivos: Jornal traz informações detalhadas sobre o número de vagas do programa na região de Sorocaba e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições. Veículo também fornecem o site do programa para facilitar a busca dos interessados.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Gazeta de Votorantim: Bolsa do Povo Educação - Ação Responsáveis tem 357 vagas na região de Sorocaba

A large, stylized red handwritten signature or mark.A blue handwritten signature or mark.

02/05/2022

Análise: Portal G1 traz como destaque do dia a prorrogação das Inscrições do programa

Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. Moradores das regiões de Itapetininga e Sorocaba (SP) podem se cadastrar. Estão sendo oferecidas 2,5 mil vagas para responsáveis por estudantes da rede estadual que desejam atuar nas escolas realizando ações de busca ativa de alunos. No total são quatro horas diárias, totalizando 20 horas semanais de atividades, que podem ser desempenhadas aos fins de semana. O valor mensal do benefício é de R\$ 500.

Pontos Positivos: Portal traz informações detalhadas sobre o número de vagas do programa na região de Itapetininga Sorocaba e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições. Veículo também fornecem o site do programa para facilitar a busca dos interessados.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

G1 Sorocaba e Jundiaí: Programa Bolsa do Povo com benefício de R\$ 500 tem inscrições prorrogadas; veja como participar

03/05/2022

Análise: O noticiário do dia traz três reportagens sobre o programa Bolsa do Povo Educação – Ação Responsáveis. A rádio Metropolitana de Mogi das Cruzes informa ao longo da programação duas vezes, em horários diferentes, as informações detalhadas do programa e a prorrogação do prazo das inscrições. Já a Voz do Vale de Taubaté reforça também a prorrogação das inscrições para os interessados da região do Vale do Paraíba.

Pontos Positivos: Reportagens trazem informações detalhadas sobre o número de vagas do programa e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições. Elas também fornecem o site do programa para facilitar a busca dos interessados.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da prorrogação das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Voz do Vale de Taubaté: Bolsa do Povo Educação

Rádio Metropolitana Mogi das Cruzes: Programa Bolsa do Povo com benefício de R\$ 500 tem inscrições prorrogadas

A handwritten signature in blue ink, possibly reading 'R. M.', is located in the bottom right corner of the page.

04/05/2022

Análise: O Jornal Metr pole Online Carapic fba traz informa o sobre a prorroga o do programa Bolsa do Povo Educa o – A o Responsáveis. Segundo a reportagem, no total, são 4 horas diárias, totalizando 20 horas semanais de atividades, que podem ser desempenhadas aos finais de semana. O valor mensal do benefício   de R\$ 500. O programa, criado em 2021, tem como objetivo aproximar a família e a escola, promovendo um melhor acolhimento dos estudantes, além de garantir renda para pessoas em situa o de vulnerabilidade.

A inscri o pode ser feita pelo site www.bolsadopovo.sp.gov.br. Em seguida, os candidatos passarão pelo processo de ranqueamento pelos critérios de prioridade e de valida o da documenta o. Os beneficiários farão uma forma o antes do início das atividades na escola.

Pontos Positivos: Reportagem traz informa es detalhadas sobre o número de vagas do programa e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorroga o das inscri es, inclusive dando o endereço do programa.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

A es de imprensa: Mesmas a es dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informa o da prorroga o das vagas e oferecer entrevistas com porta-vozes para entrevistas de rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informa es podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educa o e do próprio Governo.

Principais notícias do dia:

Jornal Metr pole Online Carapic fba: Bolsa do Povo Educa o – A o Responsáveis prorroga prazo de inscri es até 4 de maio

Handwritten initials in blue ink, possibly 'RM', located in the bottom right corner of the page.

05/05/2022

Análise: Única notícia do dia 05 de maio foi trazida pelo Diário de Tupã, em sua versão impressa. Segundo a reportagem, o programa Bolsa do Povo Educação- Ação Responsáveis foi criado em julho de 2021 e tem como principal objetivo auxiliar as famílias a superar os desafios educacionais e financeiros provocados pela pandemia e ampliar o envolvimento de toda a comunidade escolar, reforçando vínculos entre alunos, professores e servidores da educação. As novas inscrições podem ser feitas até 12 de abril. Estão previstas 2,5 mil novas contratações.

A carga horária das atividades do responsável será de 4 horas diárias, totalizando 20 horas semanais de trabalho, nas dependências da unidade escolar, que podem ser desempenhadas aos finais de semana, sem afetar a carga horária prevista. Os beneficiários vão realizar a busca ativa de alunos, bem como prestar apoio geral às atividades com educandos na unidade escolar.

Pontos Positivos: Jornal traz informações detalhadas sobre o número de vagas do programa na região de Tupã e o detalhamento de serviços completos para as pessoas que têm interesse nos benefícios oferecidos e reforçam a prorrogação das inscrições. Veículo também fornece o site do programa para facilitar a busca dos interessados.

Pontos Negativos: Não há

Porta-voz: Não há

Ações de imprensa: Mesmas ações dos dias anteriores. Equipe de imprensa da secretaria deve reforçar a todos os veículos do Estado e regionalmente a informação da abertura do programa, o passo a passo e oferecer entrevistas com porta-vozes para rádios, jornais e tvs locais sobre o assunto. As informações podem ser utilizadas também nas redes sociais da Secretaria da Educação e do próprio Governo com a gravação de vídeos explicativos e posts com informações detalhadas.

Principais notícias do dia:

Diário de Tupã: Bolsa do Povo Educação: Lançada a Escola da Família 2.0 e abertas novas inscrições para o Bolsa do Povo Educação

3.4 QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

Handwritten initials: R M



A Tread Marketing atua com profissionais altamente qualificados e especializados que trabalham de forma integrada sempre observando inovações e utilizando modernas ferramentas e diversos canais de comunicação. Com isso, busca o desenvolvimento de seus clientes com planejamento e gestão amparados em uma visão completa com serviços estruturados para atender, sobretudo nesse momento, a comunicação.

A Tread, dispõe de equipamentos modernos e de última geração, integrando seus profissionais com os clientes de forma rápida e segura.

Apresentamos a seguir um breve resumo das habilidades de nossa equipe de comunicação.

Beatriz Martins Mendes Gomes

Jornalista com mais de 09 anos de experiência em assessoria de comunicação, com ênfase em comunicação pública, estratégias de divulgação, atendimento à imprensa e comunicação organizacional, produção de matérias jornalísticas, releases, coletivas de imprensa.

Beatriz Riuli Campos

Graduada em jornalismo, com foco em produção de textos para release e portal, acompanhamento de veículos de comunicação em gravações de matérias, atendimento e encaminhamento de demandas de imprensa, produção de relatórios de planejamento e clipagem.

Daniel Ricardo Lopes

Jornalista profissional diplomado com mais de 20 anos de experiência nas áreas de Comunicação Pública e Corporativa, Endomarketing e campanhas internas. Atuação em empresas e agências de comunicação, bem como veículos de comunicação como jornais, revistas e internet, de abrangência nacional.

A handwritten signature in blue ink, possibly reading "M", is located in the bottom right corner of the page.