nico.ag

INVÓLUCRO Nº 3 – OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA
LICITAÇÃO Nº 011/24 – Modo de Disputa Fechado
Proposta Técnica: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ/MF nº 04.690.161/0001-05

nico.ag

nico.ag

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Relato 1: Invista em São Bernardo
Município de São Bernardo do Campo

Relato 2: Estadão Expresso Bairros
Município de São Paulo

nico.ag

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Relato 1: Invista em São Bernardo
Município de São Bernardo do Campo

Invista em São Bernardo – Município de São Bernardo do Campo – Dezembro/2021

Contexto

São Bernardo do Campo é sinônimo de superação. Toda sua história é calcada em mobilizações para superar desafios. Da perda do protagonismo para a Vila de São Paulo, no começo da formação do País, até se transformar num dos maiores centros industriais latino-americanos, muitas foram as situações em que São Bernardo do Campo deu exemplo de trabalho e força. Nas duas primeiras décadas do século 21 não foi diferente. Ainda que a cidade tenha se transformado em um sinônimo de capital de serviços e trabalho, o cenário de desindustrialização nacional, agravado na região com a saída da fábrica da Ford do município, se impunha como um grande desafio a ser transposto. Somado a isso, nos anos recentes, viveu o enfrentamento da maior pandemia em 100 anos e suas consequências, com um quadro de enorme dificuldade fiscal, pressão sobre o sistema de saúde e serviços sociais do município, desemprego e perda de renda média da população. Mas a cidade, uma vez mais, reagiu ao momento complexo. A situação do município ainda era difícil, assim como para todas as cidades brasileiras, mas, como fez o dever de casa, estava mais apta a enfrentar os novos desafios. O comportamento da nova gestão permitiu uma inversão de trajetória fiscal e uma melhora significativa na saúde financeira da cidade. O combate ao desperdício levou à recuperação da capacidade de investimento e a realização de obras de infraestrutura gerou emprego e renda. Ao mesmo tempo, uma expansão de serviços, sobretudo na área social, tornou São Bernardo do Campo, segundo a consultoria Macroplan, uma das 3 cidades brasileiras que mais avançaram em educação e uma das 3 que mais diminuíram a violência, com ações e investimentos em segurança pública.

Problema

O município buscava atrair empresários e empreendedores de diversos tamanhos para a cidade. Esse movimento da cidade já havia apresentado resultados importantes. São Bernardo do Campo registrou a abertura de 48 empresas por dia no primeiro quadrimestre de 2021 e também obteve a confirmação de importantes investimentos do setor privado. A cidade também se destacou para negócios na indústria, segundo o ranking das Melhores Cidades para Fazer Negócios, elaborado pela consultoria Urban Systems. Sua Sala do Empreendedor foi reconhecida como a melhor do Estado pelo Sebrae e a Edição 2020 do Índice de Cidades Empreendedoras reconheceu São Bernardo do Campo como a 7ª Melhor Cidade do País em ranking de empreendedorismo para o fomento de novos negócios, entre outras conquistas relevantes para atração de investimentos e geração de emprego e renda no município. Além disso, a emblemática saída da Ford da cidade também foi solucionada. Exemplos esses que confirmavam uma mudança substancial na economia da cidade e na recuperação de sua capacidade de investimento. De qualquer forma, no fim de 2021, as palavras-chave para a retomada eram: investimento e emprego, e, nesse sentido, a contínua atração de novos negócios para a cidade era – e ainda é – essencial. Portanto, a comunicação tinha papel fundamental para seguir avançando com confiança no futuro pós-pandemia.

MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
CNPJ/MF Nº 46.523.239/0001-47
THAIS DE OLIVEIRA SANTIAGO MARSICANO
SECRETÁRIA DE COMUNICAÇÃO

Solução

Trabalhamos a comunicação para dar visibilidade ao município como polo atraente de negócios e terra de oportunidades, na virada de 2021 para 2022, aproveitando o momento recente de desenvolvimento para acelerar a retomada no pós-pandemia, saindo na frente de outros municípios e atraindo novas empresas e negócios para a cidade. Ao mesmo tempo, transmitimos a sensação de orgulho do munícipe por ver sua cidade, mais uma vez, considerada como polo de negócios, de serviços e industrial, depois de alguns reveses emblemáticos como a saída da Ford. Valorizando os diferenciais competitivos e o ambiente de negócios, mostramos ao público-alvo que a cidade continuava sendo referência no setor industrial, mas que seguia avançando em um ambiente de negócios diverso, apoiado não somente na indústria. A ideia era fazer com que o empreendedor olhasse novamente para a cidade. Que a colocasse em seu radar, como opção ideal para movimentar e expandir seus negócios na retomada do pós-pandemia. Assim, usamos atributos da cidade para consolidar uma mensagem eficaz. Localização Estratégica – próxima aos Aeroportos de Congonhas e Guarulhos, ao Porto de Santos e ao lado de São Paulo; R$ 9 bilhões de investimentos públicos e privados em 2021/2022 (FGV/SP); geração de mais de 46,2 mil empregos (FGV/SP); Melhor Cidade do Brasil para a Indústria – Exame/ Urban Systems; os menores impostos da Grande SP; incentivo fiscal com descontos de até 30% no IPTU das empresas, mediante a abertura de postos de trabalho. Com uma campanha direta e objetiva, marcada por discurso pertinente, com olhos no presente e crença no futuro, convidamos o target a olhar mais uma vez para a cidade, destacando suas qualidades. Com balanço ideal entre TV Aberta + Pay TV, para obter o melhor resultado possível dentro da verba disponível, construímos cobertura durante o período de veiculação, linearidade e frequência na campanha para sustentação e fixação da mensagem para o público prioritário mais qualificado. Nos aeroportos, nos jornais e nas revistas, reforçamos a mensagem ao público qualificado e, no digital, com mídia display e redes sociais, alcançamos o target e garantimos o compartilhamento da informação. Impactamos formadores de opinião e empreendedores das regiões de influência de negócios do Estado: Grande SP, Vale do Paraíba, Baixada Santista, Região Metropolitana de Campinas, Ribeirão Preto e Sorocaba. Além disso, um esforço específico no Aeroporto Internacional de Brasília cumpriu função estratégica, com especial atenção ao ambiente político-institucional.

Resultados

Segundo o painel do Mapa de Empresas do Ministério da Economia, no 1º semestre de 2022, São Bernardo do Campo registrou quase um terço do saldo de empresas criadas no Grande ABC. Foi o melhor resultado entre as cidades da região, com 10.990 empresas abertas e 4.420 fechadas no período, mesmo diante da conjuntura da pandemia. Um saldo positivo de 6.570 empresas que também impactou diretamente na geração de empregos. No Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), atualizado em maio/2022, São Bernardo do Campo teve saldo de 13.327 novos postos de trabalho nos últimos 12 meses e 5.826 empregos com carteira assinada no acumulado do ano. Somente no mês de maio/2022, o saldo positivo ficou em 1.520 vagas formalmente criadas na cidade.

Atestamos a veracidade das informações deste case.

MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
CNPJ/MF Nº 46.523.239/0001-47
THAIS DE OLIVEIRA SANTIAGO MARSICANO
SECRETÁRIA DE COMUNICAÇÃO

MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ/MF Nº 04.690.161/0001-05
MARIA LAURA QUINTINO NICOTERO
SÓCIA-ADMINISTRADORA

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Peça: COMERCIAL DE TV 30"
Título: INVISTA EM SÃO BERNARDO
Formato: 30"
Produção: DEZEMBRO/2021
Período de Veiculação: DEZEMBRO/2021 E JANEIRO/2022
Veículos/Exibição: GLOBO E RECORD

Com o objetivo de alcançar o principal público da campanha, empresários, empreendedores e formadores de opinião das regiões de influência de negócios – Grande SP, Vale do Paraíba, Baixada Santista, Campinas e Ribeirão Preto – escolhemos os principais programas da TV com inserções de 30" em espaços qualificados, como noticiários nas respectivas regiões. A TV aberta cumprindo papel de impacto e cobertura e a Pay TV atuando para dar maior linearidade e frequência de mensagem nos públicos prioritários. A mensagem se revela objetiva e de simples absorção. Os argumentos e "reasons to believe" são expostos com relevância para impactar o target com assertividade e eficácia.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Peça: DOOH – AEROPORTO
Título: LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA (OS MENORES IMPOSTOS...)
Formato: 1.920 x 1.080 – 15"
Produção: DEZEMBRO/2021
Período de Veiculação: DEZEMBRO/2021 E JANEIRO/2022
Veículo/Exibição: NEOOH – AEROPORTO DE GUARULHOS

Com o objetivo de alcançar o principal público da campanha, empresários, empreendedores e formadores de opinião das regiões de influência de negócios, usamos um espaço de grande fluxo desse público. Os aeroportos de maior fluxo do target (CGH, GRU e BSB) receberam veiculações de painéis DOOH. Aqui vemos uma das peças veiculadas no Aeroporto de Guarulhos (GRU), em formato de grande frequência, nas telas informativas de embarque.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Peça: DOOH – AEROPORTO
Título: LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA (A MELHOR CIDADE DO BRASIL...)
Formato: 208 x 416 – 10"
Produção: DEZEMBRO/2021
Período de Veiculação: DEZEMBRO/2021 E JANEIRO/2022
Veículo/Exibição: NEOOH – AEROPORTO DE BRASÍLIA

Com o objetivo de alcançar o principal público da campanha, empresários, empreendedores e formadores de opinião das regiões de influência de negócios, usamos um espaço de grande fluxo desse público. Os aeroportos de maior fluxo do target (CGH, GRU e BSB) receberam veiculações de painéis DOOH. Aqui vemos uma das peças veiculadas no Aeroporto de Brasília (BSB), em formato de grande frequência, nas telas informativas de embarque.

As peças acima estão no pen drive anexo.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Peça: SPOT BOLETIM 30"
Título: INVISTA EM SÃO BERNARDO
Formato: 37"
Produção: DEZEMBRO/2021
Período de Veiculação: DEZEMBRO/2021 E JANEIRO/2022
Veículo/Exibição: RÁDIO ELDORADO

Para reforçar a sinergia de meios da campanha e conferir endosso à mensagem para os formadores de opinião e empreendedores, construímos um projeto de branded content com o Grupo O Estado de S. Paulo. Em uma cocriação com o Estadão Blue Studio, uma série de ações de mídia foi desenvolvida com veiculações em jornal, digital e rádio, além de um evento para marcar a campanha de atração de negócios e a retomada no município. Aqui vemos um dos boletins de conteúdo informativo na Rádio Eldorado FM.

Peça no pen drive anexo.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Peça: ANÚNCIO REVISTA
Título: INVISTA EM SÃO BERNARDO
Formato: PÁGINA DUPLA – 40,4 x 26,6 CM
Produção: DEZEMBRO/2021
Período de Veiculação: JANEIRO/2022
Veículo/Exibição: REVISTA EXAME

Reforçando a combinação de meios da campanha e atuando em impactos qualificados, usamos também revistas de negócios e interesse geral nos investimentos de mídia. Criamos um anúncio mostrando as vantagens de investir em São Bernardo para as principais revistas semanais nacionais. Aqui vemos a página dupla veiculada na revista Exame, uma das mais importantes publicações de negócios do Brasil, ajudando a impactar empresários, empreendedores e formadores de opinião das principais regiões de influência de negócios.

INVISTA
EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

A retomada já começou na nossa cidade.

Se há uma cidade boa para se investir é São Bernardo do Campo. Quando você pensar grande, pense numa grande cidade, que oferece os melhores benefícios para o investidor: **localização estratégica, 46,2 mil novos empregos, a melhor cidade do Brasil para a indústria e mais de R$ 9 bilhões em investimentos em 2021/2022. Tudo isso com os menores impostos da Grande São Paulo. Viva, visite, invista em São Bernardo do Campo.**

nico.ag

nico.ag

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Relato 2: Estadão Expresso Bairros
Município de São Paulo.

Estadão Expresso Bairros – Município de São Paulo – 2022/2023

Contexto

Pela Constituição Federal, Art. 37: A Administração Pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

De acordo com o princípio constitucional da publicidade, é dever da Administração conferir a seus atos a mais ampla divulgação possível. Nesse sentido, Fabrício Motta, procurador-geral do Ministério Público de Contas de Goiás (TCM-GO) e professor da Universidade Federal de Goiás (UFG), considera que "A publicidade oficial, por si só, não é capaz de garantir a difusão e o conhecimento da informação. A difusão da informação deve ser feita da forma mais ampla possível e assegurada com a utilização dos meios adequados, dependendo de seu objetivo e de seus destinatários. Além da adequação dos meios, deve-se propugnar por uma conexão sistemática com o direito fundamental à informação e com o princípio democrático. Com efeito, para que uma informação possa ser efetivamente apreendida, é necessário que seja transmitida em linguagem adequada ao pleno entendimento por parte do receptor da informação".

Problema

São Paulo é uma das maiores cidades do mundo. Mais de 12 milhões de habitantes. Quase 100 bairros, divididos em 32 Regiões Administrativas. Uma enorme diversidade de targets, para quem os serviços públicos precisam chegar. A cidade é uma só, mas cada cidadão tem necessidades e anseios diversos e particulares.

As regiões da cidade e seus bairros têm especificidades e necessidades distintas. Uma vida cotidiana particular e um relacionamento constante com as subprefeituras. A despeito das políticas públicas transversais – saúde, educação, transportes, etc. –, comuns a qualquer lugar da cidade, é sempre bom lembrar que é no território que elas se materializam e ganham contornos locais.

Uma nova UBS, claro, amplia o acesso da população à porta de entrada do Sistema Único de Saúde, mas o relacionamento desse equipamento público se dá com os cidadãos dos bairros a seu redor, em sua subprefeitura, e essa informação deve chegar direto ao público interessado. A comunicação como serviço, como instrumento de cidadania.

Toda essa complexa distribuição dos territórios, públicos e serviços precisa da construção de uma frequência de conteúdos com informação de qualidade, que possa garantir uma comunicação local eficaz, já que vivemos um cenário de profusão exponencial de impactos de mídia, como em nenhum outro lugar no Brasil, e no meio de uma avalanche de conteúdos duvidosos, fake news, narrativas ideológicas e fontes não confiáveis de informação.

Solução

Pensando em construir uma comunicação relevante de serviço público dentro desse contexto, criamos uma plataforma de comunicação multicanal com capacidade de desenvolver um fluxo

MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
CNPJ/MF Nº 46.395.000/0001-39
MARCUS VINICIUS SINVAL
SECRETÁRIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO

contínuo de informações e conteúdos dirigidos a cada uma das 32 regiões da cidade e a seus bairros. Uma parceria de conteúdo entre o Estadão e a Prefeitura de São Paulo que virou uma nova plataforma de comunicação para levar informações confiáveis e serviços para o cidadão com a credibilidade que só o Estadão oferece e a proximidade que cada região da cidade merece. Redação e jornalistas dedicados, informação com credibilidade, conteúdo com apuração e tratamento jornalísticos e muito serviço para a audiência de cada região da cidade.

Resultados

Em pouco mais de 6 meses, o Expresso Bairros construiu uma audiência cativa em busca por informação em cada região. Um novo veículo na Cidade de São Paulo, com impactos em diferentes meios, que também pôde ser aproveitado por outros anunciantes. Um projeto que chegou perto das pessoas com conteúdo e serviços públicos para quem mais precisa de informação confiável e de qualidade.

Estadão Expresso Bairros, a cidade mais perto de você.

- 280 reportagens produzidas e 14 milhões de tabloides distribuídos
- 62,4 milhões de impactos, 38,8 apenas no impresso + digital
- 571,3 mil impactos no WhatsApp
- 14 milhões de impactos no Impresso – Distribuição
- 23.536.690 impactos na Rádio Eldorado
- 38.855.100 impactos no impresso – Divulgação
- 5.745.021 impressões nas redes sociais
- 5.010.665 impressões nos banners de engajamento
- 487.269 impactos no WhatsApp Estadão Notícias
- 754.639 visualizações no Canal Expresso Bairros
- 84.098 impactos no WhatsApp Expresso Bairros
- 241.576 visualizações nos vídeos (Reels e TikTok)

Outro resultado relevante é que o projeto, agora repaginado como Expresso São Paulo, segue construindo audiência e conteúdo para o cidadão. Depois das bases construídas em sua primeira modelagem, o produto agora é 100% digital. Cada vez mais perto das pessoas, com conteúdo e serviços na palma da mão, no smartphone ou via WhatsApp para cadastrados, informa à população sobre os principais temas da cidade, notícias de interesse do cidadão e acesso a serviços públicos.

O projeto Expresso Bairros ganhou reconhecimento internacional. Foi um dos vencedores do Prêmio Lusófonos de Criatividade, na categoria Mídia. Bronze no melhor uso mídia em Imprensa.

Atestamos a veracidade das informações deste case.

MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
CNPJ/MF Nº 46.395.000/0001-39
MARCUS VINICIUS SINVAL
SECRETÁRIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO

MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ/MF Nº 04.690.161/0001-05
MARIA LAURA QUINTINO NICOTERO
SÓCIA-ADMINISTRADORA

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Case: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Peça: JORNAL TABLOIDE
Título: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS – BAIRRO DA SÉ
Formato: 26,5 CM x 29 CM – 4 PÁGINAS
Produção: JANEIRO/2023
Veiculação: JANEIRO/2023
Veículo: ESTADO DE SÃO PAULO

Como visto, o Expresso Bairros foi concebido como um projeto multiplataforma, com utilização de diversos meios de comunicação para distribuição das mensagens e atingimento do target de cada região da cidade. O projeto, feito em parceria com o Estadão, nascia todos os meses como um verdadeiro jornal. Com redação dedicada, apuração da notícia e rigor jornalístico. Assim, milhões de exemplares de jornais, em formato tabloide, de cada uma das 32 regiões, foram distribuídos todos os meses durante o projeto em bancas, subprefeituras e, ainda, em locais de grande circulação, como estações terminas de ônibus, por exemplo. Com distribuição gratuita, o tabloide era composto de notícias de interesse público, informação local e serviços, trazia conteúdo relevante para o cidadão, de forma leve e com a reconhecida qualidade jornalística e editorial do Estadão. As pautas e notícias do impresso abasteciam também os outros meios de comunicação do projeto. Um mix de meios que impactou o público-alvo em jornal, rádio, digital e redes sociais. Aqui a peça mostra um dos exemplares dos jornais produzidos para a região da subprefeitura da Sé, região central da capital.

ESTADÃO expresso BAIRROS — JANEIRO/2023 — expressobairros.com.br — SÉ

Antifurtos
Prefeitura troca grelhas de escoamento de ferro por versões de plástico • PÁG. 3

Mãe Paulistana
Expresso Bairros começa a acompanhar, mês a mês, atendimento de gestante • PÁG. 4

COMEÇARAM AS OBRAS NOS CALÇADÕES

COM INVESTIMENTO DE R$ 63 MILHÕES, REQUALIFICAÇÃO ABRANGE 62 MIL M² EM 23 RUAS DO CENTRO HISTÓRICO

Obra na calçada entre as ruas Líbero Badaró e São Bento

Foram iniciadas em dezembro as obras de requalificação dos calçadões do Triângulo Histórico, no centro da Capital. A icônica avenida São João foi a escolhida pela Prefeitura de São Paulo para colocar em prática o projeto que pretende valorizar a região e assim atrair investimentos e moradores.

As obras começaram pelo trecho entre as ruas Líbero Badaró e São Bento com a substituição das pedras portuguesas, instaladas na década de 1970, por calçamento de concreto. Serão revitalizados 42,2 mil m² de calçadões, abrangendo 23 ruas, em 22 meses. O investimento é de R$ 63 milhões.

Entre as melhorias estão proporcionar mais segurança, mobilidade e acessibilidade a mais de 2 milhões de cidadãos que transitam pela região diariamente. O calçamento de concreto reduz o risco de quedas e acidentes, facilitando o deslocamento de pessoas com dificuldade de locomoção.

As novas calçadas são mais resistentes ao tráfego de caminhões de limpeza urbana e carros-fortes, proporcionam economia e facilidade de manutenção das redes subterrâneas de drenagem e de galerias técnicas. O projeto prevê ainda instalação de novo mobiliário urbano; sinalização turística; iluminação funcional e cênica de edifícios históricos; reestruturação da infraestrutura subterrânea de drenagem e implantação de valas para ordenamento das redes de telecomunicações. A requalificação da região integra o Projeto de Intervenção Urbana.

por Mylena Lira

+7 COWORKINGS PÚBLICOS
Os espaços de trabalho do programa Teia, da Prefeitura, oferecem acesso à internet, computadores e salas de reunião em todas as regiões da cidade.

CURTA AS FÉRIAS NO VALE DO ANHANGABAÚ

ABEL SERAFIM

Música, dança e esportes. Para quem vai estar em São Paulo durante as férias de janeiro, há um leque de opções de lazer disponível de graça, no Vale do Anhangabaú, no centro. A programação mensal é fixa, por dia da semana, de 1º a 31 de janeiro. Confira as opções:

SEGUNDAS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Pilates – (18h às 19h)
Defesa Pessoal (19h às 20h)
Capoeira Iniciante (20h às 21h)
Capoeira (21h às 22h)

▶ **Skate Park** (perto da avenida São João)
Skate Manobras Iniciantes (18h às 20h)

▶ **Praça Ramos de Azevedo**
Corrida (17h às 18h)
Isometria (18h às 19h)
Fitness – Treinos funcionais (19h às 20h)
Muay Thai (20h às 21h)

TERÇAS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Beat Box (17h às 19h)
Oficina de Discotecagem (19h às 21h)
Exposição Grafites do Vale (19h às 21h)
Discotecagem Livre – DJ Neo (21h às 22h)
Bate-papo com Artistas (21h às 22h)

▶ **Skate Park**
Skate Profissional (18h às 20h)

QUARTAS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Video Dance (18h às 19h)
Vogue (19h às 20h)
Heels Dance (20h às 21h)
Discotecagem Pop (21h às 22h)

▶ **Skate Park**
Skate para mulheres (18h às 20h)

QUINTAS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Passinho (16h às 17h)
Robo Dance (17h às 18h)
Dança de Salão (18h às 19h)
Forró do Bom (19h às 21h)
Show de Forró – Forró das Minas (21h às 22h)

▶ **Skate Park**
Skate Park Livre (18h às 19h)

▶ **Praça Ramos de Azevedo**
Introdução ao Circo (18h às 20h)

SEXTAS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Brasilidades – Percussão e Movimento (14h às 18h)
Playlist Do Vale (18h às 19h)
É Noite de Samba Rock (19h às 23h)

▶ **Skate Park**
Skate e Música (16h às 18h)
Circuito de Patins (18h às 22h)

SÁBADOS
▶ **Espaço Livre** (perto da avenida São João)
Mesa de jogos variados (13h às 16h30)

▶ **Skate Park**
Skate Park para a família (11h às 14h)
Circuito de Patins (11h às 15h)

▶ **Praça Pedro Lessa**
Oficina de teatro (10h às 13h30)
Cine Infantil (14h às 16h)
Playlist do Vale (18h às 19h)

▶ **Praça Ramos de Azevedo**
Roda de Samba SP (16h às 19h)

DOMINGOS
▶ **Praça Pedro Lessa**
Circuito de Patins (11h às 14h30)
Fit Dance (12h às 13h30)
Xadrez (14h às 17h)
Som do Vale/Show (18h às 20h)
Cine Anhangá (a partir das 20h)

▶ **Praça Ramos de Azevedo**
Introdução ao Circo (15h às 16h30)

▶ **Skate Park**
Skate Park Livre (14h às 16h)

EXPOSIÇÃO NO MUNICIPAL

Está aberta à visitação até 29/3 exposição que aborda a presença negra na história do Theatro Municipal. A mostra fica na Praça das Artes, no centro de São Paulo. A entrada é gratuita.

CRÉDITOS ESCOLARES

Estão disponíveis os créditos da Prefeitura para compra de material e uniforme escolar da rede municipal. São 580 lojas físicas credenciadas. Os auxílios valem até outubro de 2023. Acesse pelo app Kit Escolar DUEPAY em seu smartphone.

BUSCA ATIVA NA VACINAÇÃO

A Prefeitura iniciou em 20/12 a busca ativa para vacinar crianças com comorbidades e indígenas contra a Covid. A ação prevê visitas domiciliares ou contatos por telefone, de acordo com as estratégias das Unidades Básicas de Saúde.

MAPA ARBÓREO DO CENTRO

Mapeamento das árvores do centro iniciado pela Prefeitura em 2020 para tentar evitar acidentes no período de chuvas constatou que o Ipê-Rosa é uma das espécies mais presentes na região.

RECAPEAMENTO COBRE 92 KM EM 6 MESES

No dia 20/12, o programa da Prefeitura completou 6 meses com 92 km de extensão de asfalto novo na cidade. É mais do que a distância entre a Capital e Campinas. Somando trechos finalizados, a área alcança 1,5 milhão de m² em 47 vias.

SUBPREFEITURA SÉ
R. Álvares Penteado, 49
(11) 3397-1200
www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/se/

PORTAL DE ATENDIMENTO DE SERVIÇOS MUNICIPAIS
sp156.prefeitura.sp.gov.br/portal/servicos
Com mais de 1.100 serviços em 20 áreas temáticas, como acessibilidade, bilhete único entre outros
156 Atendimento telefônico 24h para diversos assuntos
PARA TELEFONES FIXOS NA GRANDE SÃO PAULO 0800 011 0156
SP 156 Aplicativo para dispositivos móveis (Android e iOS)

190 POLÍCIA MILITAR
192 SAMU
193 BOMBEIROS
0800 770 7722 METRÔ
0800 055 0121 CPTM

GRATUIDADE NOS ÔNIBUS
Está valendo a gratuidade para pessoas entre 60 e 64 anos nos ônibus da Capital. Um documento que comprove a idade é aceito enquanto os cartões são produzidos.

OBRAS

CIDADE ADOTA GRELHAS DE PLÁSTICO PARA CONTER FURTOS

1.500 TAMPAS DE FERRO PARA ESCOAMENTO DE ÁGUA JÁ FORAM TROCADAS PELA PREFEITURA POR MODELOS DE POLIETILENO

8 MIL TONELADAS é o peso suportado pelas novas tampas de escoamento

RAISA TOLEDO

Desde agosto, a Prefeitura de São Paulo vem substituindo as grelhas de escoamento de ferro fundido que tampam os bueiros por versões feitas de plástico. O motivo é o furto frequente das peças de metal para comercialização. Até o final de dezembro foram trocadas 1.500 tampas de escoamento.

Segundo a Secretaria Municipal das Subprefeituras (SMSUB), a substituição é progressiva, conforme a demanda por novas grelhas. Destampados, os bueiros se transformam em um risco à população e depósitos de lixo, que geram entupimentos e enchentes em dias de chuva.

Lidar com o furto de grelhas de escoamento é um desafio enfrentado em várias cidades. Em Teresópolis (RJ), por exemplo, um levantamento da Prefeitura registrou o roubo de 443 dessas grelhas no período de um ano. Em Brasília, as valas abertas são sinalizadas pelos cidadãos com materiais como galhos e papelão para evitar que ocorram acidentes. Situação parecida ocorre em São Paulo, nas proximidades da Estação Júlio Prestes, no centro.

Grelha de plástico instalada na avenida Aricanduva

Em São Bernardo e na Capital paulista, a opção tem sido o polietileno rotomoldado, mesmo material utilizado em caixas d'água. Segundo a Prefeitura, o polietileno, que não tem valor comercial, pode suportar mais de 8 mil toneladas e tem resistência equivalente à do ferro. As grelhas feitas do material contam com uma tecnologia antifurto: um parafuso que precisa de uma chave especial para ser retirado. Elas também têm pouca diferença de custo em comparação com as de ferro fundido e a substituição é realizada pelo Departamento de Zeladoria Urbana, o que não acarreta custos extras para os cofres públicos.

Além das tampas de bueiros, grades de proteção, fios de cobre, cabos do Metrô e de semáforos e tampões de acesso à rede de esgoto também são alvo de furtos em São Paulo.

ESTADÃO expresso BAIRROS

PARCERIA COM A UNIFESP
Servidores da Prefeitura serão qualificados pela Unifesp para atender pessoas em situação de rua. Temas como racismo e dependência química serão abordados.

SAÚDE

UMA JORNADA COMPLETA PELO MÃE PAULISTANA

O *ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS* VAI ACOMPANHAR OS ATENDIMENTOS DE GRACIETE DA SILVA

Graciete passa por atendimento odontológico do Mãe Paulistana

"VOCÊ FAZ TUDO (OS TESTES RÁPIDOS) NA HORA, FAZ A ENTREVISTA, CONTA COMO SE SENTIU NO ÚLTIMO PARTO, ELES MEDEM A GENTE, AFEREM A PRESSÃO, PESAM, VEEM TUDO DIREITINHO. É BEM TRANQUILO"
Graciete Maria da Silva, vendedora

RAISA TOLEDO

Cerca de 65 mil consultas de pré-natal são realizadas mensalmente na cidade de São Paulo pelo programa municipal Mãe Paulistana, que atende 49 mil gestantes. A reportagem do Estadão Expresso Bairros vai acompanhar, mês a mês, todos os passos de uma dessas jornadas. Descreveremos, a partir desta edição, as etapas dos atendimentos da vendedora Graciete Maria da Silva, de 41 anos, do início da gestação até depois do parto.

Com 11 semanas de gravidez, ela passou pela primeira consulta de pré-natal no início de dezembro, na Unidade Básica de Saúde (UBS) Jova Rural. Graciete nasceu em Pernambuco e mora com a família no bairro Jaçanã, na zona norte. Sua filha mais velha, Jaqueline, tem 24 anos. O caçula é Davi, de 7, o primeiro concebido com a assistência integral do Mãe Paulistana. Matheus tem 20 e Gabriel, 18.

A confirmação da quinta gravidez veio com um exame na própria unidade de saúde e foi recebida com surpresa, mas, agora, a família já sonha com o novo integrante: "Estamos esperando, eu e minha filha, que seja mais uma menina, porque só tem ela né?", diz.

PRIMEIRA ETAPA DO PRÉ-NATAL

Depois do exame de gravidez, ela realizou testes rápidos para sífilis, HIV e hepatites e já começou a fazer parte do programa Mãe Paulistana. "Você faz tudo (os testes rápidos) na hora, daí faz a entrevista, você conta como se sentiu no último parto, eles anotam, medem a gente, tiram a pressão, pesam, veem tudo direitinho. É bem tranquilo", lembra Graciete.

Ao longo do pré-natal, as gestantes recebem vacinas contra doenças como difteria, tétano, coqueluche, hepatite e influenza e passam por pelo menos seis consultas — mensais até a 32ª semana, quinzenais até a 36ª semana e em intervalos menores a partir daí, de acordo com avaliação médica. A futura mãe também pode contar com transporte gratuito para se locomover até as consultas e exames, garantido pelo Bilhete Único Mãe Paulistana, e, em caso de gravidez de risco, tem à disposição uma central telefônica no Mãe Paulistana Digital e atendimento especializado no aplicativo e-saúdeSP.

O acompanhamento é realizado nas 470 UBS da capital e não termina na hora do parto: além de receber um kit enxoval e realizar o teste do pezinho ampliado, a criança tem automaticamente direito a uma vaga na creche e transporte gratuito para as consultas na UBS no primeiro ano de vida.

Graciete, que realizou o pré-natal pelo Sistema Único de Saúde (SUS) em todas as suas gestações, relata que percebeu mudanças na política de assistência a gestantes ao longo do tempo. "Tomara que melhore a cada ano, para as pessoas que mais precisam. Estou confiando no Senhor que vai dar tudo certo", conclui.

ESTADÃO BLUE STUDIO

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Case: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Peça: SITE HUB DE CONTEÚDO
Título: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Formato: 1280x1024
Produção: OUTUBRO/2022
Veiculação: OUTUBRO/2022 ATÉ MARÇO/2023
Veículo: SITE ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS – www.expressobairros.com.br

O site do projeto funcionou como um hub de conteúdo. Um repositório com atualização diária e seções exclusivas para cada uma das 32 subprefeituras da cidade e seus bairros. Nele o usuário podia navegar pelas informações e pelos serviços da cidade toda, mas também com a oportunidade de obter informação sobre sua região, sobre seu bairro.
O site também propiciava o cadastramento dos usuários nas listas de mailing para disparos de WhatsApp, além de poder ter seu conteúdo compartilhado pelos usuários como em qualquer portal.
Fato relevante é que o projeto demonstrou força adicional, por ter em suas páginas, digitais ou não, uma série de outros anunciantes que puderam aproveitar a força de conexão com a audiência que o produto oferecia.
O site foi desenvolvido com todas as boas práticas de UX design (user experience design) do Estadão. O vídeo apresenta um pequeno passeio pelo site do projeto, demonstrando algumas de suas funcionalidades, conteúdos e design.

A referida peça está no pen drive anexo.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Case: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Peça: SPOT/BOLETIM
Título: BOLETIM EXPRESSO BAIRROS
Formato: 1'17"
Produção: MARÇO/2023
Veiculação: MARÇO/2023
Veículo: RÁDIO ELDORADO FM

Os boletins de rádio do Expresso Bairros ampliaram ainda mais o alcance do projeto. Funcionavam como um elemento a mais de atração de público leitor, veiculando mensagens como em uma escalada jornalística das manchetes e dos conteúdos que estavam no ar no momento, convidando a audiência a entrar e se cadastrar para fazer parte da comunidade de leitores/usuários do Expresso Bairros. Ao mesmo tempo que geravam, por si só, informações importantes para a audiência, a cada nova veiculação. A peça aqui apresentada fala de habitação, assistência social, turismo e saúde. Enquanto convida os ouvintes a acessar a plataforma, em todas as formas de contato: jornal, site, WhatsApp.

A referida peça está no pen drive anexo.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Case: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Peça: POST REDE SOCIAL
Título: REFORMA EM 26 CEUs BENEFICIA 43 MIL ALUNOS
Formato: 1080x1080
Produção: MARÇO/2023
Veiculação: MARÇO/2023
Veículo: INSTAGRAM

Os conteúdos digitais em redes sociais do projeto tornaram-se enormes aliados para a eficácia do Expresso Bairros. Sua capilaridade e suas possibilidades fizeram a informação chegar cada vez mais perto das pessoas. Além de servir de elemento atrator de novas audiências, ajudavam a construir uma percepção positiva do projeto e da marca ao longo de sua veiculação. Aqui vemos uma peça de Instagram sobre a educação da cidade, mas o Expresso Bairros contou com veiculações em diversas outras redes sociais, como Facebook, TikTok, Linkedin. Sempre com notícias com enfoque local e informações de interesse da população, também teve seus conteúdos de redes sociais veiculados nas páginas oficiais do Estadão para seus seguidores. Além disso, para construir uma base fidelizada de audiência, usamos a rede social WhatsApp, como veremos na peça a seguir.

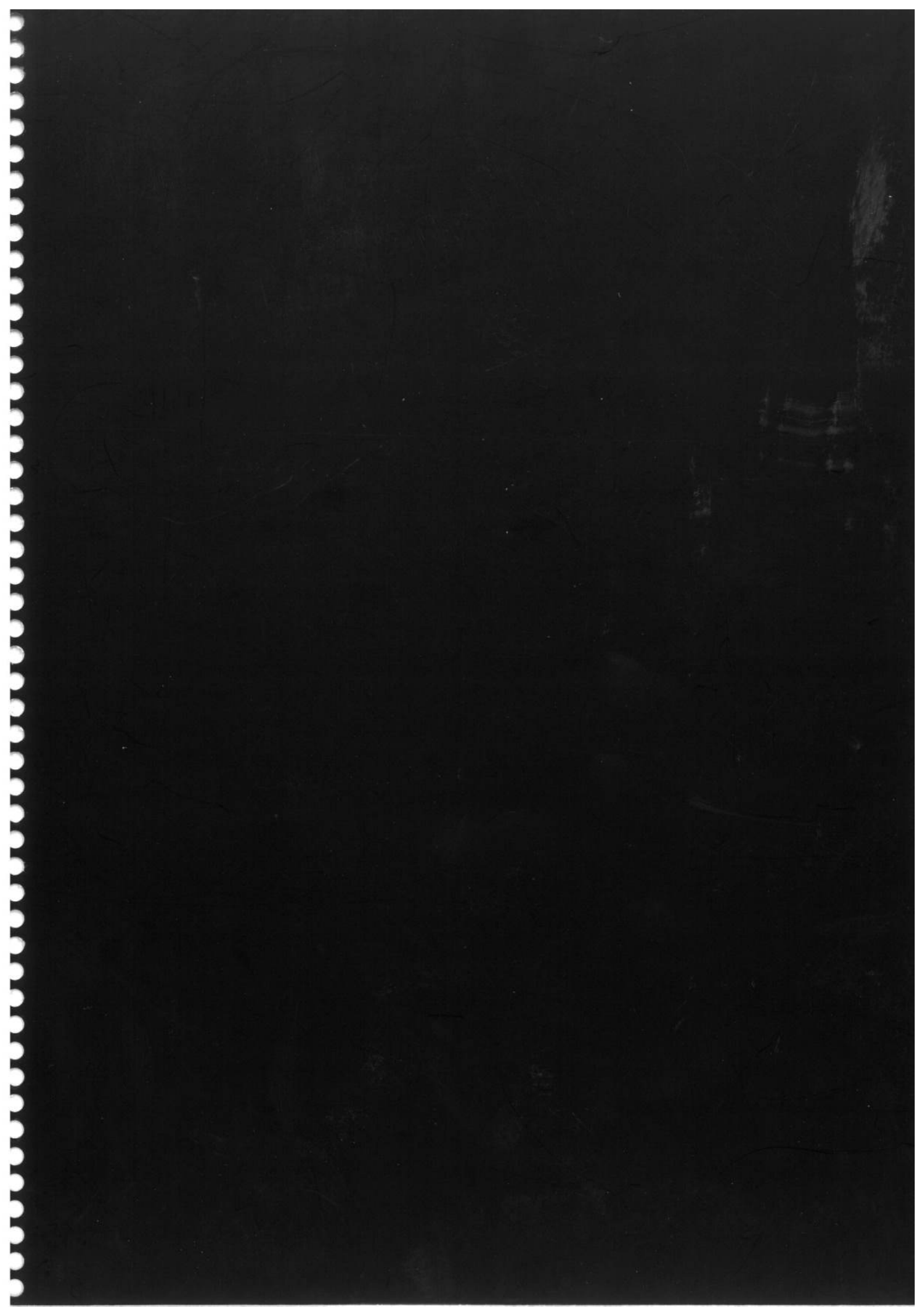
A referida peça está no pen drive anexo.

Agência: MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
Cliente: SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Case: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Peça: WHATSAPP
Título: ESTADÃO EXPRESSO BAIRROS
Formato: 1080x1920
Produção: OUTUBRO/2022
Veiculação: OUTUBRO/2022 ATÉ MARÇO/2023
Veículo: WHATSAPP

A rede social WhatsApp foi uma importante aliada do projeto. Ao oferecer cadastramento para o usuário receber mensalmente as notícias de até duas regiões (subprefeituras) que a audiência podia escolher, transformou-se em um excelente instrumento de divulgação e manutenção de audiência. Suas bases atingiram números importantes de cadastrados. Pela característica do meio e sua já conhecida capacidade de rápida distribuição, ajudou a transformar usuários e leitores fidelizados em distribuidores de seus conteúdos.

A referida peça está no pen drive anexo.

MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ/MF Nº 04.690.161/0001-05

São Paulo, 13 de novembro de 2024.

Nome do Representante Legal: TANIA MARIA GOES PENA
GERENTE DE ATENDIMENTO
RG nº 13.160.313-9 SSP/SP – CPF nº 064.381.668-20
MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ/MF nº 04.690.161/0001-05
Endereço: Rua Hungria, 1.240, 7º andar, Conjuntos 71 e 72, Jardim Europa, São Paulo/SP, CEP 01455-000
E-mail: tania.pena@nico.ag
Telefone: 11 98283-3743