

Memória de Reunião
Grupo de Trabalho Comunicação
PDUI - RMSP

Data: 19/01/2015

Participantes: consultar lista de presença

Pauta:

Início do GT Comunicação, incluindo informes e discussões mais gerais sobre a estrutura e andamento dos trabalhos no GT.

Principais pontos da discussão:

1. Apresentação do conteúdo desenvolvido até o momento incluindo as linhas gerais da campanha de comunicação e da plataforma do PDUI.
2. Esclarecimento sobre os três módulos principais: (a) logomarca, incluindo filmes didático-pedagógicos, produtos e materiais de divulgação – banners; (b) cartilha, caderno e guia; (c) mobilização, prevendo a eventual participação dos municípios.
3. Apresentação do desenvolvimento e produtos relacionados ao conceito da campanha – “construção”. Importante destacar que foi sublinhada a importância do conceito e do ícone da campanha, de onde decorrem a elaboração das peças e demais elementos componentes da divulgação e comunicação do Plano.
4. Debate em torno do nome corrente e usual na divulgação do Plano, ou seja, em que medida “Plano de Desenvolvimento Urbano Integrado” representa uma fácil associação a um plano metropolitano. Neste sentido, discutiu-se sobre a possibilidade e pertinência de se referir ao PDUI simplesmente enquanto “Plano Diretor Metropolitano” – a importância da cidadania metropolitana e do reconhecimento identitário do habitante da RMSP, reforçando a importância do envolvimento da população, sobretudo, no âmbito das audiências públicas.
5. Informação de que alguns aspectos (textos, logomarcas dos participantes no plano, entre outros) ainda precisam ser consolidados e validados. Sobre a logomarca dos participantes, a régua de logos deverá ser discutida no Comitê Executivo, dado seu caráter e importância institucional e político.
6. Possibilidade da Prefeitura do Município de São Paulo colaborar no desenvolvimento de um outro ícone da campanha como eventual opção de aperfeiçoar ou substituir o atual. Importante destacar que é necessário levar em conta o papel central do ícone no desenvolvimento da campanha, considerando aspectos relacionados ao custo e tempo disponíveis. Destaca-se ainda que o GT Comunicação elaboraria as diretrizes desse novo ícone, com base no Termo de Referência já desenvolvido para a atual proposta, e também participaria do balizamento de uma nova proposta.

7. Preocupação com os aspectos operacionais e logísticos da campanha do PDUI: produção, quantidades, distribuição de panfletos, divulgação em rádio e tv, recursos disponíveis, entre outros aspectos. Sobre este aspecto, é importante que se tenham, o quanto antes, definições que possam precisar a estratégia a ser adotada, principalmente tendo em vista a previsão para início das audiências públicas no mês de março.

8. Sobre a plataforma digital do PDUI, foi debatida, na eventual criação de um fórum de discussão dos GTs, a necessidade de um moderador, como elemento fundamental à gestão dessa ferramenta de comunicação. Foi discutido também a possibilidade de disponibilizar dois tipos de documentos: de consulta pública e de consulta restrita aos GTs.

Encaminhamentos:

1. Envio do briefing da campanha (incluindo ícone), do conceito da logomarca e demais subsídios à PMSP para dar andamento à elaboração do Termo de Referência, fundamental à revisão do ícone vigente.

2. Definição e detalhamento de demais informações sobre as peças publicitárias a serem produzidas (conforme mencionando no item 7 acima).

3. Interlocução com o Ministério das Cidades como possível colaborador ao processo de comunicação e divulgação do PDUI.

4. Emplasa vai encaminhar link com conjuntos de documentos específicos para cada GT, reforçando que a interação será realizada por meio da plataforma digital ou por encaminhamento de propostas.

5. Reunião do GT Comunicação, conjunta com o GT Participação, agendada para o dia 27/01/2016 às 16:00hs.