

APOIO A CRIAÇÃO DO HUB INTERNACIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (HIDS)

(BR-T1430)

PRODUTO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Patricia Nunes da Silva Mariuzzo

Consultoria para o desenvolvimento da estratégia de comunicação do HIDS

MAIO/2021

Sumário

Sumário	2
Apresentação	3
<i>Objetivo</i>	<i>4</i>
<i>Objetivo Geral.....</i>	<i>5</i>
<i>Objetivos específicos</i>	<i>5</i>
O Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável.....	5
<i>Construindo o conceito do HIDS</i>	<i>7</i>
O que vamos comunicar	8
Como vamos comunicar - conceitos	11
Público-alvo	13
<i>Público interno.....</i>	<i>13</i>
<i>Público externo</i>	<i>14</i>
Plano de ações estratégicas	14
<i>Canais de comunicação.....</i>	<i>14</i>
<i>Plano de ações.....</i>	<i>18</i>
Avaliação	21
Equipe e recursos.....	21
Cronograma	22
Referências	23

Apresentação

O Termo de Cooperação BR-T1430 tem como objetivo desenvolver um plano diretor e apoiar a construção do marco estratégico para a criação do **Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (HIDS)** na cidade de Campinas. O Hub deve apoiar atividades científicas e tecnológicas, promovendo maior integração dos *campi* universitários a cidade; proporcionar um modelo de desenvolvimento regional que estimule o desenvolvimento inovador e sustentável e posicionar-se como um centro de inovação líder na América Latina. Nesse sentido ele tem características comuns com parques de ciência e tecnologia, ecossistemas de inovação e clusters de inovação, mas vai além, ao ser uma proposta para promoção de políticas públicas para educação, cultura, inovação, voltadas para cumprir a Agenda 2030 e seus 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

A criação de um Hub para inovação e desenvolvimento sustentável em Campinas parte da premissa de que a cidade apresenta características-chave para abrigar o projeto: alta concentração de capital humano e social, atividades vibrantes de inovação e dinâmica espacial, investimentos municipais (com apoio do BID) no processo de transformação digital e no fortalecimento do ecossistema local de inovação e empreendedorismo. Além disso, em 2018, Campinas aprovou seu Plano Diretor Estratégico, reconhecendo a área adjacente à Unicamp e ao Ciatec II como um Polo de Desenvolvimento Estratégico. Essa área abriga várias instituições e empresas dedicadas à pesquisa e à inovação, entre elas a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), que juntamente com a Prefeitura Municipal de Campinas são os beneficiários da Cooperação Técnica que antecede esse Termo de Cooperação. O principal resultado desta Cooperação será estabelecer um modelo de hub de inovação e pesquisa por meio de planos físicos e operacionais, em uma abordagem participativa que agregue diversos atores – universidades, empresas, instituições de pesquisa e o poder público – e que considere a sustentabilidade socioambiental.

Como um hub regional de atividades baseadas no conhecimento, os parques científicos e tecnológicos liderados por universidades podem desempenhar um papel preponderante na liderança de inovação, na promoção de atividades de P&D, melhorar a competitividade regional e contribuir para o desenvolvimento econômico local por meio da ampla interação entre atores da inovação.¹

O potencial do HIDS como catalisador do ecossistema de inovação de Campinas foi identificado em estudo do BID “Projeto Transformação Digital de Campinas” (BR-T1374)². No entanto, a mesma pesquisa aponta a importância de articulação entre todos os atores do ecossistema, dos representantes de grandes e médias empresas inovadoras, aceleradoras, incubadoras ou redes de startups. O envolvimento, nos processos de reflexão e tomada de decisão, dos mais distintos agentes atuantes no contexto do ecossistema seria a base para garantir o sentimento de pertencimento ao ecossistema local de inovação e consequente aderência e engajamento às ações propostas. A baixa disseminação de informações estruturadas, o baixo

¹ BID, ANEXO 1, Documento de CT, “Apoio à criação do Hub Internacional de Desenvolvimento Sustentável (HIDS) liderado pela universidade, em Campinas” (BT-T1430).

² BID, Projeto Transformação Digital de Campinas (BR-T1347), “Produto 3: Diretrizes estratégicas para o ecossistema da Região Metropolitana de Campinas”, 05/11/2018. Disponível em: http://portalcampinasinovadora.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Produto-3_Nova-Vers%C3%A3o-08.fev_2019.pdf

nível de interação entre os atores do ecossistema e a ausência de uma visão de futuro são apontados como desafios horizontais desse ecossistema.

A comunicação é identificada como uma das diretrizes para a superação desse desafio. De acordo com esse estudo, uma visão de futuro, disseminada em diversos meios de comunicação e subsidiada por informações e análises estruturadas das competências do ecossistema, torna possível um maior aproveitamento de oportunidades e pode atrair mais investimentos públicos e privados.

Considerando que o projeto do HIDS como uma oportunidade de fortalecimento desse ecossistema e que ele envolve uma variedade de atores empresariais e institucionais, a criação de um bom fluxo de comunicação entre os atores envolvidos é fundamental, tanto para ampliar a interação e articulação entre esses atores, bem como para ampliar o senso de pertencimento ao projeto.

A comunicação sobre o andamento do projeto do HIDS deve contribuir ainda para gerar interesse e, no futuro, atrair grandes empresas, investidores, empreendedores etc., interessados em aproveitar as sinergias e oportunidades que esse ambiente sustentável e inovador poderá oferecer. Considerando que o HIDS é um projeto com impacto sobre a cidade de Campinas, a comunicação sobre ele deve passar uma mensagem clara sobre seu valor intangível em termos de inovação, sustentabilidade e como um espaço de sinergia, como um novo paradigma de desenvolvimento sustentável para a sociedade de Campinas e para o Brasil.³

Objetivo

A estratégia de comunicação aqui proposta é o **Produto 2**, uma das entregas previstas pelo contrato de consultoria para produtos e serviços externos firmado em 2020 com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para a área de comunicação do projeto HIDS⁴.

Considerando que o objetivo do HIDS é apoiar atividades científicas e tecnológicas, promovendo maior integração dos *campi* universitários com a cidade; proporcionar um modelo de desenvolvimento regional que estimule o desenvolvimento inovador e sustentável e posicionar-se como um centro de inovação líder na América Latina na forma de um complexo de laboratórios vivos e de um distrito inteligente, sua implantação terá implicações no funcionamento da cidade e na vida das pessoas.

Um bom planejamento das atividades de comunicação deve colaborar para gerar um tipo de manifestação favorável em relação ao projeto. Este planejamento deve contribuir também para a governabilidade, engajamento e para o melhor gerenciamento de possíveis crises. Para isso, esse plano deve expressar valores do projeto ou proposta, objetivos, diretrizes e estratégias de ação, visando ampliar o efeito da comunicação pública realizada (OLIVEIRA, 2015: 45).

No caso do HIDS, um projeto complexo que envolve um território extenso, com diversos *stakeholders* e que mobiliza aspectos diferenciados em seu planejamento, desde o urbanismo sustentável, um novo modelo de negócios, um novo modelo jurídico e processos de avaliação de sustentabilidade para todas as

³ Agradeço a leitura e comentários da versão final desse documento feitos pela Prof (a). Dr (a). Juliana Fedak Sabattini, da Facamp, e pelo coordenador do Departamento de Comunicação da PUC-Campinas, o jornalista Benedicto C. Chiquino Junior.

⁴ Contrato para produtos e serviços externos (PEC) com início em 21/07/2020 e data de vencimento em 20/07/2022.

atividades, projetos e empresas presentes nesse território, a comunicação deve ser tratada como um bem público, no sentido de levar conhecimento à população e não simplesmente divulgar ações. Trata-se de uma comunicação que deve gerar envolvimento e participação de todos os envolvidos, estabelecendo uma relação direta com o público, seja ele interno ou externo.

Objetivo Geral

Desenvolver uma estratégia de comunicação eficaz capaz de promover a iniciativa do HIDS, ampliando o conhecimento e compreensão do público em geral sobre o projeto, estimulando seu interesse e apoio para a implantação do Hub.

Objetivos específicos

Tornar o projeto mais conhecido e popular entre os *stakeholders* e nas comunidades do entorno do projeto, com especial atenção para o Distrito de Barão Geraldo.

Criar um posicionamento consolidado e assertivo, que deixe clara a definição, missão, visão e valores do HIDS.

Promover maior articulação entre as Assessorias de Comunicação das instituições do Conselho Consultivo do HIDS.

Estabelecer relação com a mídia para divulgar o HIDS.

Produzir materiais e produtos para comunicação e difusão dos resultados da Cooperação Técnica⁵ estabelecida entre o BID, a Unicamp e a Prefeitura de Campinas⁶.

Disseminar a missão, visão e valores do HIDS para os públicos interno e externo buscando atrair interesse de empreendedores, empresas e investidores.

Criar um padrão de identidade visual para o HIDS para ser incorporado às diversas ações de comunicação.

Implantar sistemas de monitoramento e avaliação das ações de comunicação, especialmente nas mídias eletrônicas como site e redes sociais.

Assessorar a Coordenação Geral do projeto HIDS, bem como os coordenadores das componentes de trabalho de elaboração do master plan, na formulação de planos específicos de divulgação de programas, projetos e ações.

O Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável

Em 2013, a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) adquiriu a Fazenda Argentina, uma área com 1,4 milhão de m², contígua ao campus da Universidade, no Distrito de Barão Geraldo, em Campinas. A aquisição, que significou uma expansão de 60% de área desse campus, suscitou intensas discussões entre o

⁵ BID, Cooperação Técnica (BR-T1430), disponível em <http://www.hids.depi.unicamp.br/wp-content/uploads/2020/04/TC-Document-BR-T1430vf-1.8.2020.pdf>.

⁶ Termo de referência (Comunicação), disponível em <http://www.hids.depi.unicamp.br/wp-content/uploads/2021/04/BR-T1430-TOR-REV-assinado.pdf>

quadro técnico da Universidade sobre as formas de ocupar essa nova área de modo a promover o desenvolvimento sustentável e equitativo, comprometido com os anseios da sociedade, e fortalecendo a agenda estratégica do Brasil, especialmente no sentido de gerar novos modelos mais sustentáveis tanto do ponto de vista econômico, como socioambiental. Considerando a ocupação da área como uma oportunidade de explorar iniciativas para promover, atender e incentivar a [Agenda 2030](#)⁷, da ONU, com seus 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), passou-se a considerar a possibilidade de criar na Fazenda Argentina um Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (HIDS).

Com a evolução das atividades de prospecção de atividades que poderiam ser desenvolvidas no HIDS, tornou-se evidente a sinergia e a oportunidade desta iniciativa com a vocação dos diversos atores que compõem a região do Ciatec II – o Polo de Alta Tecnologia situado em uma área de 8,8 milhões de metros quadrados –, no qual parte da Unicamp se encontra. A região do Ciatec II é identificada como [Polo Estratégico de Desenvolvimento](#)⁸ do município de Campinas⁹.

Assim, levando-se em consideração (i) as oportunidades e os desafios relacionados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, (ii) o reconhecimento da área contígua à Unicamp/Ciatec II como um Polo Estratégico de Desenvolvimento e (iii) as vocações dos atores já presentes nesta área (ampliada pela presença da Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas), a prospecção do HIDS avançou, tendo as universidades como centralidades atratoras e irradiadoras de conhecimento para promover, com Campinas e região, a criação de um distrito sustentável (uma referência internacional de *smart city*) com impacto diretor local e regional. Sendo assim, o HIDS passou a compreender toda a área que contém a região do Ciatec II, da PUC-Campinas e da Unicamp. A Fazenda Argentina e o Parque Tecnológico da Unicamp já fazem parte do Ciatec II. Com a inclusão de toda a Unicamp e PUC-Campinas, a área alvo de planejamento passou a ter 11,3 milhões de m².

O HIDS está sendo idealizado como uma estrutura que combina e articula ações, através de parcerias e cooperações entre instituições que possuem competências e interesses voltados a prover contribuições concretas para o desenvolvimento sustentável de forma ampla, incluindo as ações que tenham impactos nos eixos social, econômico e ambiental. Sua missão é [contribuir para o processo do desenvolvimento sustentável, agregando esforços nacionais e internacionais para produzir conhecimento, tecnologias inovadoras e educação das futuras gerações, mitigando e superando as fragilidades sociais, econômicas e ambientais da sociedade contemporânea](#)¹⁰.

Ele está sendo concebido para atuar como um laboratório vivo e para se tornar um hub de inovação, modelo internacional de distrito inteligente e sustentável, podendo, entre outros exemplos:

- Promover coleta, tratamento e reciclagem de resíduos sólidos,
- Adotar o uso racional da água

⁷ NAÇÕES UNIDAS BRASIL. “Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável”. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

⁸ CAMPINAS, Plano Diretor. Anexo IX: Polos Estratégicos. Disponível em: https://planodiretor.campinas.sp.gov.br/timeline/timeline/59_mapas_finais_pd2018/anexoIX_polos_estrategicos.pdf

⁹ HIDS UNICAMP - <http://www.hids.depi.unicamp.br/historia/>

¹⁰ DEPI UNICAMP. **Artigo conceitual: Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável – HIDS**. Disponível em: <http://www.hids.depi.unicamp.br/wp-content/uploads/2019/03/HUB-Conceptual-Paper-Portuguese-V16.pdf>

- Utilizar energia limpa e de modo eficiente
- Desenvolver e utilizar tecnologias e modelos de negócios inovadores como a Internet das Coisas (IoT) utilizar veículos autônomos, economia circular e compartilhada
- Garantir a emissão líquida zero de gases causadores do efeito estufa
- Propor novas soluções para a habitação e com acesso às amenidades de uma cidade do futuro.

Ainda com respeito às atividades que podem ser desenvolvidas no HIDS, compreende-se que cada ator, instituição e empresa participe desta iniciativa poderá atuar de modo coerente com sua própria missão e visão de futuro, mas sempre tendo como prerrogativa o atendimento aos princípios do desenvolvimento sustentável.

Construindo o conceito do HIDS

A principal visão do HIDS é o desenvolvimento sustentável, com alguns direcionadores: estabelecer uma cultura do desenvolvimento sustentável, ser um distrito referência em desenvolvimento sustentável, ter um impacto mensurável para a sociedade. Trata-se de um projeto complexo e ousado, de longo prazo (10 a 20 anos) e com potencial para transformar a Região Metropolitana de Campinas (RMC) e fortalecer a imagem do Brasil como *locus* de desenvolvimento de conhecimento e tecnologias sustentáveis.

Nesse sentido, espera-se que o projeto do HIDS avance para constituir um cluster de inovação orientado para o desenvolvimento sustentável com laboratórios temáticos (centros de pesquisa e desenvolvimento); infraestrutura sustentável e gestão modelo do patrimônio ambiental e cultural e com boa infraestrutura de serviços (museus, hospitais e espaços de encontro). Essa estrutura de cidade inteligente, que articula atores do governo, agências de fomento, universidades, centros de pesquisa, grandes e médias empresas, startups e investidores, deve ser um território propício para pesquisa aplicada e direcionada aos temas do desenvolvimento sustentável, com gestão da sustentabilidade, parcerias e conexões para formação de uma rede de colaboração nacional e internacional.

Este cluster de inovação deverá funcionar por meio de duas camadas: um hardware e um software.

O hardware é a parte física, composta por laboratórios temáticos, infraestrutura sustentável, bons instrumentos de gestão do patrimônio ambiental e cultural, infraestrutura de serviços (hospitais, espaços de convívio etc.). Esta infraestrutura deve ser referência em sustentabilidade. Por exemplo, com fios de energia enterrados, energia sustentável e renovável, adoção de um modelo de tratamento de água em circuito fechado etc. Nesse sentido, a perspectiva é que o HIDS abrigue centros de pesquisa temáticos relacionados à essa infraestrutura (água, energia, etc.). Alguns projetos já em andamento na Unicamp têm forte potencial de serem ampliados para o âmbito do HIDS. São exemplos, o Brazilian Water Research Center (BWRC)¹¹, um centro de pesquisas voltadas aos grandes temas relacionados à água, tais como tecnologias de tratamento e medição, segurança hídrica, dessalinização, entre outros, fruto de uma parceria entre a Unicamp, a Sanasa

¹¹ O BWRC receberá o investimento de R\$ 120 milhões, sendo R\$ 30 milhões da Fapesp e outros R\$ 30 milhões da Sanasa. Fonte: MATHEUS, Felipe. “Aprovada pela Fapesp criação do Brazilian Water Reseach Center”, *Portal da Unicamp*, 17 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/07/17/aprovada-pela-fapesp-criacao-do-brazilian-water-reseach-center>.

e a Fapesp. E o Campus Sustentável, parceria entre a Unicamp e a CPFL Energia, o projeto tem o objetivo de estabelecer uma modelo de gestão e eficiência energética que possa ser replicado em outras instituições de ensino superior do Brasil e da América Latina¹².

Já o software é o que acontece nesse espaço ou nessa rede: geração de negócios, atração de recursos, conexão com ativos locais. Dentro desta perspectiva, o HIDS se coloca como uma grande oportunidade de reconectar o que a cidade de Campinas com seu ecossistema de inovação, o Hub pode ser um elemento agregador desses ativos locais; um *locus* de pesquisa aplicada e direcionada ao desenvolvimento sustentável, com modelos de avaliação de impacto para ajudar as empresas em suas decisões, certificações (de sustentabilidade), atividades diversas de colaboração, ser uma rede internacional, mas com intensa interação com a sociedade local, isto é, com a cidade de Campinas e com a RMC.

No entanto, de fato, o conceito do HIDS ainda está em formação. A etapa em que o projeto se encontra agora é a criar um conceito para o HIDS (conceituação). A criação do hub requer planos físicos e operacionais baseados em uma abordagem participativa, que considerem a sustentabilidade ambiental. Esse plano – ou um plano diretor (ou master plan) para o HIDS – que integrará a Unicamp e áreas adjacentes, incluindo o Ciatec II, ao restante da cidade, vai auxiliar na conceituação do HIDS. Ele está sendo feito por seis grupos de trabalho descritos no próximo item desta proposta.

O resultado da etapa de conceituação deve incluir respostas para questões-chave como:

- Como será o HUB?
- Como ele irá buscar atender os 17 ODS?
- Quais atividades serão executadas no Hub?
- Como deve ser estruturado juridicamente?
- Com vai se sustentar economicamente?
- Quem pode participar e como?

O que vamos comunicar

O projeto do HIDS está, portanto, em sua primeira fase, a de conceituação e tangibilização de um conceito. Ao final dessa etapa, com previsão de ser finalizada em dois anos, espera-se chegar a uma imagem inspiradora do que vai ser o Hub e definir caminhos claros para tornar o HIDS uma realidade. Em seguida viria uma fase de implantação, etapa que depende de formalizar uma pessoa jurídica para o HIDS, de atrair recursos e parcerias, da definição de como formatar projetos e pesquisas, como viabilizar a construção de prédios. A terceira etapa seria a operação do HIDS propriamente dita¹³.

Esta proposta de estratégia de comunicação tem como foco a etapa de conceituação e tangibilização do conceito do HIDS. Sendo assim, esse plano de comunicação tem como foco principal tornar público o

¹² O Campus Sustentável tem investimentos de R\$ 9,5 milhões, no âmbito dos programas de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) e PEE (Programa de Eficiência Energética) da ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica). Fonte: <http://www.campus-sustentavel.unicamp.br/>

¹³ INVENTTA, *Relatório mensal setembro 2020*. Disponível em: <http://www.hids.depi.unicamp.br/wp-content/uploads/2020/10/PORT-20201002-HIDS-Report-Set20.pdf>

processo de elaboração do master plano do HIDS. Isso inclui divulgar o status do trabalho das equipes envolvidas na elaboração do master plan do HIDS, relatórios, produtos elaborados (mapas, fotografias, projetos) compõe o principal foco das atividades de comunicação do HIDS.

Plano diretor do HIDS

- Diante da complexidade inerente ao um projeto como o do HIDS, a Unicamp, que coordena as atividades de planejamento, estabeleceu seis componentes de trabalho interdependentes que estão realizando estudos e pesquisas cujo resultado será um master plan para o HIDS, que engloba vários aspectos, além do físico-espacial¹⁴. Como uma sétima componente, a Comunicação apoia todos os grupos de trabalho. Seu objetivo é estabelecer uma estratégia de comunicação a serviço do Conselho Consultivo Fundador do HIDS para promover o HUB e engajar diferentes públicos (as comunidades das instituições que compõem o HIDS; empresas, empreendedores, mídia e sociedade civil) tendo como foco na disseminação do conhecimento sobre o projeto, gerando uma imagem positiva a partir de uma narrativa sobre sustentabilidade, criação de valor e do conceito de laboratório vivo. A seguir uma breve descrição das componentes que estão elaborando o master plan do HIDS.

- **Componente Projeto físico-espacial:** Acompanhar o desenvolvimento do projeto pelo KRIHS (Korea Research Institute for Human Settlements), instituição coreana contratada pelo BID para fazer o projeto urbano. Interagir com as demais componentes do projeto na identificação de áreas de preservação e minimização dos impactos ambientais, melhores práticas de sustentabilidade, espaço físico favorável à criação de ecossistemas de inovação, formas de financiamento para a implementação física do projeto e definição de legislação capaz de garantir os resultados espaciais.

- **Componente Modelo de Negócio:** compreender a missão, os objetivos e a estratégia das instituições participantes do HIDS, identificar áreas nas quais seja possível desenvolver sinergias e planejar como implementar as sinergias coletivas de forma a articular a atuação dos participantes no sentido de permitir a maior cooperação possível entre os atores. A partir da atuação conjunta, obter externalidade positivas para todos os participantes do HIDS tal como desenvolvimento de infraestrutura, facilidades legais e um ambiente favorável para o objetivo maior do HIDS: a inovação e a sustentabilidade por meio da educação, do desenvolvimento tecnológico e social e das ações empreendedoras.

- **Componente Patrimônio:** estabelecer uma base de referência da biodiversidade e dos serviços ecossistêmicos do território (inventário de vertebrados; inventário de grupos de invertebrados que podem ser usados como indicador ambiental, inventário de árvores, bem como a conectividade atual entre remanescentes; inventário da linha de base de carbono abaixo e acima do solo). Avaliar o estágio de sucessão de remanescentes atuais, juntamente com Áreas de Preservação Permanente (APP) e corredores biológicos para estabelecer o melhor método de restauração a ser aplicado.

- **Componente Modelo Jurídico:** prover proteção legal ao plano diretor, promover a aplicação dos seus princípios no território do HIDS, estabelecer a governança do HIDS e desenvolver acordos e contratos entre os *stakeholders* de modo a consolidar sua presença no HIDS.

¹⁴ HIDS UNICAMP: <http://www.hids.depi.unicamp.br/master-plan/>

- **Componente Avaliação de Sustentabilidade:** avaliar, de forma desagregada, todas as ações e atividades planejadas para o HIDS em termos de seus alinhamentos com os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável propostos pela ONU. Nesta componente será proposta, também, uma metodologia que possibilite esta avaliação, que estará fundamentada, essencialmente, nos conceitos da Análise de Ciclo de Vida”.

- **Componente Governança:** A componente governança é responsável por definir, estabelecer e colocar em operação do modelo de governança do HIDS, desde a sua etapa de conceituação, até a sua devida operação, garantindo ritmo e assertividade aos objetivos do projeto. A coordenação dessa componente está a cargo da Inventta¹⁵, consultoria de inovação contratada pelo BID.

Laboratórios-vivos

O HIDS está sendo concebido para se tornar um hub de inovação que conecta universidades e empresas, atuando como um complexo de laboratórios vivos e, por meio de um projeto urbano sustentável, se tornar um modelo internacional de distrito inteligente e sustentável (em seu sentido amplo). Essa abordagem permite avaliar o desempenho de um produto/tecnologia a partir da sua adoção potencial pelos usuários de determinado território e fazer projeções para sua adoção em termos globais. A ideia é aproveitar a estrutura atual do HIDS, que conta com instituições de pesquisa e empresas, e estimular sinergias entre essas instituições e outras que possam se interessar por esse ambiente, na forma de laboratórios vivos onde possam ser realizados testes de tecnologias e/ou produtos que auxiliem no cumprimento dos 17 ODS. Alguns exemplos de temas de laboratórios que podem ser construídos junto aos parceiros que já estão no território, e outros que se apresentem, são: lixo zero, transporte autônomo, agricultura digital e energia limpa. Nesse sentido, o HIDS tem forte potencial de receber encomendas específicas de governos dos diversos níveis (preservação e governança do patrimônio, segurança sem muros, controle de epidemias).

Não há um consenso sobre a definição de laboratório vivo, mas alguns nas diversas definições sobre o tema alguns conceitos sempre aparecem: múltiplos *stakeholders*, cocriação, inovação e contexto de vida real. Em uma abordagem mais prática, um laboratório vivo pode ser definido como um local físico ou ambiente virtual onde diferentes atores formam as chamadas parcerias 4P (*public-private-people partnerships*), envolvendo empresas, agentes públicos, universidades, institutos de pesquisa e usuários em um sistema de colaboração para criação, prototipação, validação e teste de novas tecnologias, serviços, produtos e sistemas em contextos de vida real (LUCCHESI & RUTKOWSKI, 2019).

Para colocar esse modelo em prática será fundamental mobilizar as demais instituições do Conselho Consultivo do HIDS no sentido de criar parcerias e sinergias e ainda atrair outros parceiros interessados em desenvolver tecnologias na abordagem do laboratório vivo. Entre as atividades necessárias para isso estão: diagnóstico do território do HIDS frente aos indicadores dos ODS; levantamento de demandas tecnológicas frente ao cenário alvo, identificação de parceiros críticos, identificação de projetos prioritários e inclusão no planejamento do plano diretor do HIDS.

¹⁵ <https://inventta.net/>

Posicionamento, visão e Valores do HIDS

A estratégia de comunicação do HIDS perante os públicos internos e externos deve estar em consonância com a sua proposta de posicionamento, missão, visão e valores¹⁶. São eles:

Proposta de posicionamento: O HIDS deve ser reconhecido como um polo de referência internacional em parceria público-privada, de pesquisa, sustentabilidade e inovação tecnológica, contribuindo com a disseminação e realização dos 17 objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Missão: Contribuir para o processo do desenvolvimento sustentável, agregando esforços nacionais e internacionais para produzir conhecimento, tecnologias inovadoras e educação das futuras gerações, mitigando e superando as fragilidades sociais, econômicas e ambientais da sociedade contemporânea.

Visão: Ser um hub de inovação que conecta universidades e empresas.

Valores: Desenvolvimento urbano sustentável; Inovação tecnológica; Adoção do princípio ESG (*Environmental, Social and Corporate Governance*) para negócios e empresas e Valorização do patrimônio ambiental e cultural.

Como vamos comunicar - conceitos

O principal resultado esperado da Cooperação Técnica estabelecida entre o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a Unicamp e a Prefeitura de Campinas é estabelecer as condições para desenvolver uma cidade sustentável e inteligente, projetada com base em um modelo de hub de inovação e pesquisa. Isso requer planos físicos e operacionais baseados em uma abordagem participativa. Por suas características, envolvimento e participação de entes públicos e privados e por ser de interesse público, o HIDS demanda um tipo de comunicação pública, que desenvolve tarefas de integração social.

Considerando um contexto democrático, a comunicação pública assume o compromisso com a cidadania ao buscar promover a interlocução com a sociedade, visando o interesse público. Há duas condições para que a comunicação seja considerada pública, quando ela resulta de sujeitos coletivos, mesmo que eles estejam representados por meio de indivíduos, e quando ela se refere à construção do que é público.¹⁷ Bons resultados da comunicação pública dependem de diversas áreas da comunicação como relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, editoração multimídia, comunicação audiovisual, comunicação digital e da comunicação organizacional.

A comunicação organizacional se refere à construção de relações e promoção de interação de uma organização com todos os seus públicos de interesse: desde os colaboradores, consumidores, políticos, acionistas etc., sempre com a intenção de reforçar sua imagem e sua visão. Ela tem como função propagar diretrizes e políticas da organização, incluindo, portanto, a comunicação interna, administrativa e o público

¹⁶ Considerando o HIDS como um projeto em construção, esta proposta pode sofrer alterações. Ela está sendo desenvolvida por meio de uma parceria com a Agência de Publicidade, Propaganda e Marketing (AGPPM) da Facamp, uma das instituições de ensino do Conselho Consultivo Fundador do HIDS. Participam da parceria os alunos Gustavo Sicoli, Isabela Kiehl, João Victor Guedes e Rafaela Abrão, sob a orientação dos docentes do curso de Publicidade e Propaganda, Fábio Caim, Filipe Negrão e Ruy Sanches.

¹⁷ KUNSCH: 2013, 06.

externo. Esse processo atende à necessidade de transparência¹⁸ e compromisso com a opinião pública. Preocupação com o público interno e com a sociedade de uma maneira geral, harmonização dos interesses, gestão da informação para os diferentes *stakeholders*, administração do intangível, construção da imagem e da reputação, hibridismo, estratégia e relacionamento são conceitos que se ligam à comunicação organizacional¹⁹. No caso do HIDS, trata-se de disseminar seus valores e sua visão: contribuir para o processo do desenvolvimento sustentável, agregando esforços nacionais e internacionais para produzir conhecimento, tecnologias inovadoras e educação das futuras gerações, mitigando e superando as fragilidades sociais, econômicas e ambientais da sociedade contemporânea.

A comunicação organizacional envolve várias modalidades e públicos. Uma delas é a comunicação institucional, que desenvolve ações para a criação, do fortalecimento da identidade e da imagem de uma instituição²⁰ perante seus públicos externos (clientes, fornecedores, sociedade, etc.) e internos (funcionários, acionistas, etc.). No caso do HIDS, um projeto em fase de conceituação, é fundamental consolidar essa identidade, especialmente ligada ao desenvolvimento sustentável. Isso demanda ações e atividades de assessoria de imprensa e divulgação (por meio de canais de mídia variados) e do jornalismo, uma subárea da comunicação institucional, que conta também com vários instrumentos, como por exemplo, veículos impressos e eletrônicos, mídias sociais, agência de notícias, reportagens, entrevistas etc., bem como a organização de fontes de informação e prestação de contas à sociedade, que devem constar da pauta diária²¹.

Consideramos que a comunicação organizacional deve ser tratada e desenvolvida como uma atividade estratégica, permanente e profissionalizada. Isso não significa, no entanto, que ela é atividade exclusiva da área de comunicação, ao contrário, a comunicação efetiva depende do envolvimento e participação de todos os envolvidos no planejamento do HIDS, bem como dos demais atores envolvidos. Na prática, em um projeto de longo prazo e complexo como o HIDS, todos os envolvidos estão inseridos em redes formais e informais de comunicação, interagindo, produzindo, analisando e trocando informações. O que este plano propõe é iniciar a sistematização tanto da comunicação interna quanto externa, buscando agregar valores que contribuam para fortalecer a imagem institucional do HIDS, mesmo ainda em sua fase de conceituação e tangibilização, perante os diversos públicos com os quais se relaciona.

As diretrizes e estratégias de comunicação definidas neste plano visam fortalecer a associação do projeto do HIDS com três conceitos-chave desenvolvimento urbano sustentável, inovação e laboratório vivo. Os subprojetos, produtos, eventos e demais ações que o projeto de elaboração do HIDS desenvolver nesses três campos devem adquirir uma relevância cada vez maior na agenda da comunicação interna e externa, colaborando para o engajamento da comunidade e do entendimento do HIDS como um projeto capaz de gerar impacto positivo para a cidade de Campinas.

¹⁸ Transparência é a acessibilidade de todos os públicos relacionados com a empresa, ou seja, os *stakeholders*, às informações institucionais referentes a assuntos que afetem seus interesses. SABBATINI: 2016, 71.

¹⁹ SALVATORI: 2013, 279.

²⁰ Aqui usamos a palavra instituição em um sentido amplo, podendo se referir a organizações que têm uma causa educacional, religiosa, social, política ou profissional, mas também à empresas.

²¹ KUNSCH: 2013, 11.

Público-alvo

O HIDS é um projeto complexo e de longo prazo e, mesmo ainda em uma fase inicial, ele mobiliza uma séria de atores: comunidade científica, empresas, gestores públicos, comunidades do entorno, comunidades que frequentam aquele território. Cada público tem necessidades e interesses específicos: ciência e tecnologia, meio ambiente, impactos urbanos, oportunidades de negócios e parcerias são alguns dos temas que emergem da proposição do projeto. A segmentação do público e da informação é um dos desafios da comunicação do HIDS. A partir do conceito de comunicação pública, que busca integrar diversos atores - públicos e privados - definimos o público-alvo das atividades de comunicação do HIDS: A comunicação deverá desenvolver ações estratégicas para cada segmento, levando em conta seus interesses e expectativas e compromissos distintos com cada público.

Público interno

Conselho consultivo fundador do HIDS

Originalmente o processo de planejamento do HIDS estava centralizado na Unicamp, com a participação da PUC-Campinas. No entanto, com a ampliação da área de planejamento, novos atores foram incorporados, já que no território do Ciatec II já estão presentes um conjunto de empresas, nacionais e multinacionais, e instituições de pesquisa de destaque no cenário brasileiro e internacional de pesquisa e desenvolvimento.

Com objetivo de alavancar a implantação do HIDS a partir do engajamento e participação desses atores, em outubro de 2019 foi oficializada a criação do Conselho Consultivo Fundador do HIDS. Ele é composto por parte das empresas e instituições de pesquisa presentes no território de planejamento do HIDS, pela Prefeitura de Campinas, pelo Governo do Estado de São Paulo, representado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, e pelas concessionárias de água e energia da cidade de Campinas.

O Conselho Consultivo do HIDS é uma instância consultiva à qual todas as decisões sobre o planejamento desse território serão submetidas para conhecimento e discussão, com objetivo de contribuir na definição das atividades que poderão integrar o HIDS e para nortear a construção de sua governança. Atualmente o Conselho agrega 14 instituições descritas na tabela abaixo.

Governo	Ensino e Pesquisa	Pesquisa	Empresas	Concessionárias
Prefeitura Municipal de Campinas Governo do Estado de São Paulo	Unicamp PUC-Campinas Facamp	Embrapa CNPEM	CPQD TRB Pharma Cargill Cariba Empreendimentos e Participações (Global Tech) Instituto Eldorado	CPFL SANASA

Tabela 1: Instituições do Conselho Consultivo Fundador do HIDS de acordo com o segmento

O sucesso do HIDS e sua evolução para etapas além do planejamento depende do engajamento e parcerias com as instituições do Conselho. Assim, essas instituições - seus dirigentes, gestores, pesquisadores, lideranças, colaboradores, prestadores de serviço – são parte importante do público-alvo das estratégias de comunicação deste plano:

Público externo

- Dirigentes e profissionais de instituições de ensino e pesquisa, incluindo estudantes, universitários e pesquisadores
- Representantes e profissionais do Poder Legislativo nos âmbitos municipal e estadual
- Dirigentes e profissionais de organismos de fomento ao desenvolvimento regional
- Organizações não-governamentais e organizações do Terceiro Setor
- Dirigentes e profissionais de órgãos ambientais nos âmbitos, municipal, regional e estadual
- Lideranças da sociedade civil organizada
- Empresários e diretores de empresas
- Empreendedores
- Formadores de opinião
- Associações comunitárias e movimentos sociais (especialmente do Distrito de Barão Geraldo)
- Imprensa em geral e segmentada
- Sociedade civil

Plano de ações estratégicas

O objetivo central desse plano é traçar diretrizes e definir estratégias para orientar a comunicação do HIDS. Para torná-lo efetivo, incluímos uma lista de ações estratégicas que deverão ser implementadas a curto e médio prazos - algumas delas em andamento. O conjunto de canais de comunicação e de ações que elencamos a seguir tem como objetivo disseminar o conhecimento sobre o projeto do HIDS, buscando consolidar junto aos públicos interno e externo seu posicionamento, missão, visão e valores.

Canais de comunicação

Assessoria de Comunicação

- Estabelecer e cultivar um relacionamento profissional com jornalistas, colunistas, articulistas e repórteres de todos os veículos de comunicação (agências de notícias, emissoras de TV e rádio, jornais, revistas, sites de notícias, blogs etc.) e com formadores de opinião, no Brasil e no exterior, sempre no interesse do projeto do HIDS. A sistematização e atualização de um *mailing list* e cadastro de contatos dos veículos de comunicação nacionais, estaduais e regionais deverá ser feita em parceria com a Assessoria de Comunicação da Unicamp.

- Apurar, produzir, editar e distribuir sugestões de pautas, press-releases e briefings sobre o HIDS e suas atividades para o público externo (imprensa em geral e segmentada, comunidade, órgãos governamentais e organizações sociais).

- Preparar comunicados, notas oficiais, mensagens e outras comunicações externas, visando atender às necessidades do projeto e às demandas dos veículos de comunicação geral e segmentado.
- Apoiar a gestão compartilhada de arquivos e documentação para a preservação da memória do projeto do HIDS.
- Acompanhar e tomar todas as providências para garantir o acesso dos órgãos de imprensa aos coordenadores das componentes, pesquisadores e atores-chave envolvidas no planejamento do HIDS, visando à realização de entrevistas, coberturas e reportagens, quando necessário.
- Gerenciar o site do HIDS na Internet, sendo responsável pela atualização do conteúdo fotográfico, sonoro, textual e visual.
- Responder às demandas e questionamentos enviados pelos internautas que acessam o portal do HIDS na Internet.
- Realizar, por meio de *clipping*, leitura dos principais jornais nacionais, regionais e demais canais de comunicação, o controle das informações publicadas sobre o HIDS.
- Mapear eventos, congressos, exposições, feiras, seminários etc. que sejam de interesse do HIDS para promover sua divulgação.

Site HIDS

Criar um portal na internet para explicar os conceitos, dinâmica de elaboração do master plan do HIDS, bem como o status do projeto do HIDS foi uma das primeiras estratégias de comunicação do projeto. No ar desde 2019 e hospedado no servidor da reitoria da Unicamp, o site do HIDS é o seu cartão de visitas e principal canal de comunicação do projeto²². Ele tem ainda uma versão em inglês, resumida.

Desde sua criação, o portal está em constante processo de reestruturação, buscando atender as necessidades de comunicação do status do projeto e as abordagens para alavancar o projeto.

²² <http://www.hids.depi.unicamp.br/>



Figura 1: Página inicial do site do HIDS na Internet.

Uma das principais ações deste plano é gerenciar as páginas do site do HIDS na internet (versão em português e inglês), atualizar layout e o conteúdo (em andamento). Na tabela abaixo descrevemos sucintamente a estrutura de páginas e subpáginas da versão em português do site do HIDS atualmente.

HOME	SOBRE	MASTER PLAN	CONSELHO	NOTÍCIAS	CONTRIBUIÇÕES	AGENDA	LABORATÓRIOS VIVOS	CONTATO
Proposta HIDS	História	Projeto Físico-Espacial	Visão	Clipping	Unidades Unicamp		Prospecção	
Vídeo Institucional	Apresentações	Modelo Jurídico	Atas	Rede HIDS	Pesquisa Unicamp		Conversando com a Unicamp	
Notícias	Vídeos	Modelo de Negócios			Congregações Unicamp			
Agenda	Mapas	Patrimônio						
Link p/ página do Master Plan	Documentos	Avaliação de Sustentabilidade						
Cadastro Newsletter	Publicações	Comunicação						
Contatos	Estudos	Governança						
	Equipe DEPI	KRIHS						

Tabela 2: Estrutura site HIDS

Newsletter HIDS

Newsletter ou boletim informativo é uma publicação periódica de instituições ou empresas para assinantes. Seu objetivo principal é divulgar informações relevantes para o público-alvo. No caso do HIDS, são exemplos, a entrega de produtos, finalização e publicação de relatórios, eventos etc. Esta proposta inclui:

- Envio mensal desse boletim informativo para os membros do Conselho Consultivo Fundador do HIDS, para seus colaboradores envolvidos nas atividades de elaboração do master plan do HIDS, para interlocutores do HIDS e para as pessoas que se cadastrarem para receber a newsletter no site do HIDS.
- Para sua efetivação deverá ser sistematizado e atualizado periodicamente um mailing list de contatos de pesquisadores, colaboradores, stakeholders consultores, empresas, empreendedores e instituições em geral.

Mídias Sociais

As mídias sociais são um canal importante para ampliar a divulgação dos conteúdos e conceitos do HIDS, além de servirem como fonte de pautas para veículos de comunicação externos. O HIDS ainda tem participação tímida no ecossistema das mídias sociais, com uma conta no Facebook²³ (com pouco mais de 203 curtidas) e Instagram²⁴ (161 seguidores)²⁵ atualizadas periodicamente com conteúdo do site do HIDS e temas de interesse, como notícias e eventos ligados à sustentabilidade, urbanismo e inovação. Mais recentemente também foi criado um canal no YouTube²⁶ onde foi publicado o primeiro vídeo institucional do HIDS. O número de seguidores cresce de forma orgânica e não patrocinada. Há espaço para crescimento da presença do HIDS nas mídias sociais. Uma das estratégias para alcançar esse objetivo é estabelecer parcerias com as equipes de comunicação dos membros do Conselho Consultivo do HIDS buscando aproveitar as relações e espaço que essas instituições já possuem nas mídias sociais. Nesse sentido, as ações planejadas visando a manutenção e ampliação da presença do HIDS nas redes sociais são:

- Publicação de no mínimo dois posts por semana.
- Aumentar o número de seguidores nas redes sociais.
- Criação de contas no Twitter e LinkedIn.

Eventos

Em conjunto com os coordenadores das componentes de planejamento do master plan do HIDS, planejar e organizar eventos abertos cujos temas estejam em consonância com os objetivos do HIDS. O objetivo dessa ação é suscitar e ampliar a discussão sobre temas estratégicos, dialogar com *stakeholders* específicos e contribuir com a construção de uma imagem do HIDS junto à sociedade. Alguns eventos que estão sendo idealizados são:

²³ <https://www.facebook.com/hidsunicamp/>

²⁴ https://www.instagram.com/hids_campinas/

²⁵ Dados de abril de 2021

²⁶ https://www.youtube.com/channel/UC7OnDIwQQBKP_5mkV3cwSdw

	Tema	Componentes envolvidas	Público-alvo	Data prevista
1	Workshop Biodiversidade e Laboratórios vivos	Patrimônio	-Pesquisadores -Alunos de pós-graduação -Organizações do 3º setor	2º semestre 2021
2	Consulta pública comunidades entorno HIDS	Físico-espacial	-Organizações de bairro -Lideranças da sociedade civil organizada -Movimentos sociais na região de Barão Geraldo e entorno do HIDS	Sem previsão
3	Workshop apresentação plataforma sustentabilidade	Avaliação de Sustentabilidade	-Representantes Conselho HIDS -Equipe da componente -Coordenadores do HIDS	Agosto/2021
4	Roadshow empresas	Governança		Sem previsão

Tabela 3: Lista de eventos

Plano de ações

Identidade visual HIDS

Mais do que um símbolo gráfico e um logotipo, uma boa marca é aquela capaz de sintetizar e expressar o conceito e a imagem da empresa perante seus diversos públicos. A marca deve expressar a alma, o espírito e a identidade do HIDS. O logotipo do HIDS foi criado pela equipe da Diretoria Executiva de Planejamento Integrado da Unicamp (DEPI)²⁷, ligada à Reitoria da Unicamp, setor onde o projeto do HIDS foi idealizado ainda em 2017.



Figura 2: Logotipo HIDS

Hoje, no entanto, é importante modernizar o logotipo do HIDS para que ela transpareça e simbolize a imagem que o projeto deseja passar, ou seja, ligada ao desenvolvimento sustentável e à inovação. Assim, em parceria com a AGPPM da Facamp, é parte desse conjunto de ações:

- Coordenar e realizar estudos para atualização da logomarca e reformulação da comunicação visual do HIDS.
- Organizar e manter atualizado um Manual de Identidade Visual/Institucional do HIDS.
- Elaborar e manter atualizada apresentação institucional do HIDS.

²⁷ www.depi.unicamp.br

- Estabelecer padrão visual, controlar e aprovar a produção de publicações, bem como de materiais informativos do HIDS, tanto para o público interno quanto externo²⁸.

Divulgação Master Plan HIDS

Atuar em conjunto com os coordenadores das componentes de planejamento do master plan do HIDS na organização e divulgação de ações, eventos, programas, informações e outros trabalhos das áreas solicitantes. Também em conjunto com os coordenadores das componentes, propor, planejar, organizar e apoiar a realização de eventos internos e externos de interesse do HIDS.

- Coordenar e organizar, com apoio dos coordenadores das componentes, uma pauta mensal de informações de interesse do projeto para divulgação externa.
- Gerar peças como reportagens, entrevistas, resumos de relatórios em formatos mais acessíveis, infográficos, panfletos digitais etc. que possam ser consumidos por um público mais amplo, de forma breve.
- Definir, em conjunto com os coordenadores das componentes do HIDS, um calendário de eventos cujos temas estejam em consonância com os objetivos do HIDS e que possam auxiliar a manter temas estratégicos aquecidos e contribuir no processo de construção da imagem do projeto junto à sociedade.
- Apoiar a organização e realização de consultas públicas junto as comunidades localizadas na área de influência do HIDS e pesquisas junto à comunidade científica, empresas e organizações da sociedade civil, quando necessário.
- Acompanhar e aprovar a impressão de publicações e materiais gráficos.
- Coordenar e aprovar a produção de peças e programas de audiovisual, como documentários, filmes e gravações sonoras de interesse do HIDS. No caso da contratação de serviços externos para divulgação do HIDS, ser responsável pelo gerenciamento do contrato, planejamento, acompanhamento e aprovação dos trabalhos realizados.
- Quando necessário, preparar textos e roteiros que subsidiem a elaboração de áudios, documentários jornalísticos em vídeo, campanhas e peças promocionais externas.
- Coordenar projetos jornalísticos especiais, como a preparação de textos e artigos sobre o HIDS.
- Apoiar a realização de apresentações, palestras, exposições (fixas ou itinerantes) sobre o HIDS, para comunidades localizadas na sua área de influência ou para grupos formadores de opinião.

Conselho Consultivo do HIDS

Estabelecer uma comunicação a serviço do Conselho Consultivo do HIDS, ampliar a visibilidade do projeto, gerando engajamento e articulação entre essas instituições, e suas respectivas comunidades, a partir dos conceitos de sustentabilidade, geração de valor e de laboratório vivo compõem um dos focos principais da comunidade do HIDS. Por meio da divulgação das atividades das componentes de trabalho do planejamento do HIDS e de outros projetos que sejam iniciados no contexto do Hub, mesmo que ainda em sua fase de planejamento, espera-se promover a importância da iniciativa para aumentar a conscientização, o conhecimento e a compreensão desse público, estimular seu interesse e engajamento em relação ao

²⁸ Ver nota de rodapé 15.

projeto. As ações para alcançar esse objetivo envolvem especialmente as áreas de jornalismo e assessoria de imprensa. São elas:

- Divulgação da agenda de reuniões do Conselho.
- Redação e publicação das atas de reuniões no site do HIDS.
- Divulgação da agenda de trabalho, reuniões, relatórios e produtos gerados pelas equipes de trabalho das componentes do master plan do HIDS.
- Apoio à organização de workshops e/ou eventos para apresentar a visão, estratégia de desenvolvimento, modelo de governança e plano diretor do HIDS.

Minuto Conselho HIDS

Considerando a importância de divulgar a visão, imagem de futuro e proposta de valor que as instituições do Conselho Consultivo do HIDS têm a respeito desse projeto, bem como os ativos e capacidades que elas podem aportar²⁹, esta proposta prevê algumas ações nesse sentido. Assim, em parceria com as assessorias de comunicação das instituições do Conselho do HIDS:

- Criar vídeos curtos³⁰, entrevistas e/ou posts para publicação no site e redes sociais do HIDS buscando tornar pública a visão, imagem de futuro e proposta de valor e ainda os ativos que cada instituição e empresa do HIDS pode aportar. O objetivo é sensibilizar e engajar o público interno das instituições do HIDS, identificar potencial de parcerias entre as instituições já envolvidas no projeto e divulgar a abrangência do projeto tanto para o público interno quanto para o público externo do HIDS.

Rede HIDS

Considerando que o HIDS está sendo idealizado também para ser uma rede de conexão para geração de negócios, atração de recursos, conexão com ativos locais, ele se coloca também como uma oportunidade de alavancar o ecossistema de inovação de Campinas. Nesse sentido, entre as atividades de comunicação do HIDS está o compartilhamento das atividades das demais instituições do Conselho Consultivo do HIDS. Isso será feito por meio da divulgação de notícias e eventos dessas instituições (mediante autorização) em espaço específico no site do HIDS denominado "Rede HIDS". Esta ação deve ser reforçada nas redes sociais das quais o HIDS faz parte. Espera-se com isso, contribuir para a consolidação de uma visão sobre o território do HIDS ligada à ciência, tecnologia, inovação e desenvolvimento sustentável.

Living-Labs

O HIDS está sendo concebido para atuar como um complexo de laboratórios vivos. Como mencionado anteriormente, a ideia por trás dessa estratégia é aproveitar a estrutura atual do HIDS, que conta com universidades, instituições de pesquisa, empresas e startups, para estimular sinergias entre essas instituições e outras que possam se interessar por esse ambiente, na forma de laboratórios vivos onde possam ser realizados testes de tecnologias e/ou produtos que auxiliem no cumprimento dos 17 ODS.

²⁹ <http://www.hids.depi.unicamp.br/visao-do-conselho-para-o-hids/>

³⁰ Considerando que envolve custos extras, a realização de vídeos depende de parcerias, por exemplo, com a Unicamp TV, PUC Campinas ou Facamp, ou ainda da contratação de serviços externos.

Buscando divulgar o conceito de laboratórios vivos esse plano contempla a criação de uma editoria chamada “Living-Labs” no site do HIDS com a elaboração de reportagens explorando áreas e temas potenciais para o desenvolvimento de laboratórios vivos no HIDS, a partir de exemplos nas instituições do Conselho do HIDS e de cases nacionais e internacionais.

Avaliação

A efetividade de um plano de ação depende de constante avaliação das ações e, sempre que necessário, reformulação e redirecionamento das ações. Nesse sentido está previsto nesse plano:

Avaliação e revisão periódica do Plano de Comunicação, em conjunto com as coordenadorias do projeto do HIDS.

Avaliação do site do HIDS, reformulação e inserção de páginas e de conteúdo, quando necessário.

Monitoramento do tráfego no site do HIDS e do número de usuários do site do HIDS (por meio do aplicativo Google Analytics e do número de usuários cadastrados).

Monitoramento do impacto das publicações nas mídias sociais (número de seguidores, curtidas etc.).

Equipe e recursos

Atualmente a equipe conta apenas com uma jornalista especialista em divulgação científica. Para potencializar as ações desse plano estão previstas algumas ações:

- Consolidar a parceria com a AGPPM da Facamp
- Consolidar parcerias com as áreas de comunicação das demais instituições do Conselho Fundador do HIDS, buscando aproveitar dos contatos e espaço que elas já conquistaram, por exemplo, nas mídias sociais.
- Submissão de um projeto ao Programa José Reis de Incentivo ao Jornalismo Científico³¹, da Fapesp (em andamento).
- Submissão de projeto ao Serviço de Apoio ao Estudante (SAE)³² da Unicamp, para contratação de um estagiário para auxiliar nas tarefas de manutenção das mídias sociais do HIDS.
- Contratação de serviços esporádicos de jornalistas *freelancers* para redação de textos/conteúdo.

³¹ <https://fapesp.br/jornalismocientifico>

³² <https://www.sae.unicamp.br/>

Cronograma

ATIVIDADES COMUNICAÇÃO HIDS			2020						2021										2022								
			jul	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul
Nº	ATIVIDADE	Status	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	Assessoria de Comunicação	<i>em andamento</i>																									
2	Site HIDS na Internet	<i>em andamento</i>																									
3	Newsletter HIDS	<i>iniciado</i>																									
4	Mídias Sociais: manutenção	<i>em andamento</i>																									
5	Identidade visual HIDS	<i>iniciado</i>																									
6	Divulgação Master Plan HIDS	<i>em andamento</i>																									
7	Conselho Consultivo HIDS	<i>em andamento</i>																									
8	Minuto Conselho HIDS	<i>em planejamento</i>																									
9	Rede HIDS	<i>em andamento</i>																									
10	Living-Labs	<i>em planejamento</i>																									

Referências

ASSOCIAÇÃO PARQUE TECNOLÓGICO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS. *Relatório Atividades 2019 /2020*. São José dos Campos: março 2021. Disponível em: <https://pqtec.org.br/institucional/relatorio-de-atividades/>.

CAMPINAS, Plano Diretor. Anexo IX: Polos Estratégicos. Disponível em: https://planodiretor.campinas.sp.gov.br/timeline/timeline/59_mapas_finais_pd2018/anexoIX_polos_estrategicos.pdf

HIDS Unicamp. *Artigo conceitual: Hub Internacional para o Desenvolvimento Sustentável – HIDS*. Disponível em: <http://www.hids.depi.unicamp.br/wp-content/uploads/2019/03/HUB-Conceptual-Paper-Portuguese-V16.pdf>

ITAIPIU BINACIONAL. *Plano de Comunicação Empresarial*. Curitiba/Foz do Iguaçu, Outubro, 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas*. IN MATOS, Heloiza. **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013.

LUCCHESI, Gabriela & RUTKOWSKI, Emília. (2019). *Living Labs: Science, Society and Co-creation*. 10.1007/978-3-319-71059-4_74-1.

OLIVEIRA, Celso José. *Planejamento de comunicação: a comunicação como ferramenta essencial da gestão pública e a elaboração do plano de comunicação*. IN COSTA, G. (org.) **Comunicação e gestão pública**. Campinas: Editora Alínea, 2015. PP. 43-61.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. **As novas relações públicas: comunicação entre o setor privado e público**. Global South Press, 2015.

SABBATINI, Juliana Fedak. *Ética, gestão e contemporaneidade*. IN FARIAS, Luiz Alberto de; LOPES, Valéria de Siqueira Castro (Orgs). **Comunicação, governança e organizações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. 90 p. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/Ebooks/comunicacao-governanca-e-organizacoes.pdf>

SALVATORI, Patricia Carla Gonçalves. *Público vs. Privado: o desafio de tornar comum para toda a sociedade*. **Organicom**, Ano 10, nº 18, 2013. PP. 277-280.

Sites consultados

HIDS - <http://www.hids.depi.unicamp.br/>

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. "Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável". Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

PARIS- SACLAY LE MÉDIA - <https://www.media-paris-saclay.fr/>

PARQUE TECNOLÓGICO SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - <https://pqtec.org.br/>

PORTAL CAMPINAS INOVADORA – www.portalcampinasinovadora.com.br

SAPIENS PARQUE - <http://sapiensparque.sc.gov.br/>