



Galeria dos Cases Campeões – 9

- **Case:** Novos caminhos para concessões de rodovias no Brasil: uma estratégia para influenciar novos governantes
- **Categoria:** Public Affairs / Relações Governamentais
- **Segmento:** Grande Agência
- **Agência:** Weber Shandwick
- **Cliente:** ABCR (Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias)

■ **Jornalistas&Cia** dá sequência à série *Galeria dos Cases Campeões*, em que mostra, a cada edição, os *cases* campeões de

2018 do *Prêmio Jatobá PR*.

► Esta edição traz o *case* *Novos caminhos para concessões de rodovias no Brasil: uma estratégia*

para *influenciar novos governantes*, da Weber Shandwick, no depoimento do CEO **José Luiz Schiavoni**:

Apoio



José Luiz Schiavoni

A iniciativa está orientando as principais mensagens da ABCR neste ano após as eleições

A iniciativa *Novos Caminhos para Concessões de Rodovias no Brasil* representou um sistema integrado de frentes de ação em comunicação com foco em relações governamentais que conseguiram dar um passo à frente na missão da Associação Brasileira das Concessionárias de Rodovias (ABCR). O trabalho de todos os times envolvidos – que teve ações de criação, imprensa, redes sociais e gestão do evento – foi um exemplo de como podemos trabalhar integrados visando a contribuir para o diálogo do cliente com o poder público, de forma transparente e ética.

A ABCR tinha a missão de promover na mídia o modelo de

concessões, como forma de pressionar o poder público a destravar a tomada de decisão para novos projetos de rodovias concedidas,

visando ao desenvolvimento da infraestrutura nacional, que se encontra, ainda, muito aquém do nível ideal para atender com eficácia

à sociedade brasileira. Visando aproveitar o momento de discussão trazido pelo ano eleitoral de 2018 para colocar essa discussão na pauta dos presidenciais, a ABCR e a Weber Shandwick produziram o documento *Novos Caminhos para Concessões de Rodovias no Brasil*, reunindo análise e recomendações de especialistas sobre o modal rodoviário do País, considerando o cenário da infraestrutura em 2018, com base em mais de duas décadas de experiência no setor.

No dia 13 de setembro de 2018, o documento foi apresentado em Brasília a um grupo de 114 presentes, incluindo representantes dos poderes concedentes,



César Borges, presidente da ABCR, fala à imprensa após o debate

agências reguladoras, órgãos de controle, parlamentares, imprensa e usuários de rodovias, com a realização, na sequência, de debate entre os representantes de candidatos à Presidência. A realização do evento, o projeto gráfico do estudo e uma série de ações de comunicação para mídias diversas foram realizadas pela Weber Shandwick para ampliar o alcance da iniciativa.

Em uma disputa eleitoral realizada em meio a um cenário tão combatido pela polarização política, com os ânimos acirrados de todos os lados, fazer um evento sobre um tema como concessões, ainda visto com falta de conhecimento e preconceito pela sociedade, trazendo representantes de candidatos de diferentes espectros políticos para o debate, foi algo um tanto arriscado e desafiador. Principalmente

com a imprensa presente, o que poderia tornar o evento palco de discursos e disputas partidárias. No entanto, o profissionalismo de todos os presentes falou mais alto, com os debates ocorrendo dentro da maior cordialidade, em torno das diferentes visões sobre as soluções para a infraestrutura de transportes no País.

O evento de apresentação reuniu 114 participantes presenciais e 153 espectadores online, representando um público altamente qualificado de autoridades governamentais e entidades relacionadas ao setor de rodovias. Mais de 40 matérias sobre o tema foram publicadas durante a semana do evento, nos veículos mais relevantes da cobertura político-econômica do País. Mais que isso, a iniciativa está orientando as principais mensagens da ABCR neste ano após as eleições.

Dentro dessa continuidade, foi realizado em junho passado o evento *21 Anos de Concessões de Rodovias em São Paulo*, trazendo representantes do poder público e de empresas para debaterem as concessões de rodovias no estado, seguindo os preceitos apresentados no documento *Novos Caminhos*. O estudo também está servindo como pauta para encontros dos representantes da ABCR com autoridades dos governos eleitos, levando à frente a defesa do modelo de concessões nas esferas federal e estadual.

Para a Weber Shandwick, ganhar o *Jatobá PR* representou o reconhecimento de que, por meio de uma ação robusta de relações públicas, podemos influenciar favoravelmente diversos públicos, do técnico ao regulador, e que iniciativas de comunicação como essas podem trazer resul-

tados concretos que, no médio prazo, beneficiarão toda a sociedade brasileira.

A avaliação do cliente foi extremamente positiva, pois consideraram que o evento foi muito importante para o diálogo com os agentes públicos presentes na plateia – diálogo esse que nem sempre é fácil entre os setores público e privado. O importante, nas palavras de Raul Viana, diretor de Comunicação da ABCR, é que a mensagem foi dada, passando a ser a base das mensagens-chave da entidade a partir de então. Além disso, o cliente elogiou o profissionalismo e parceria com que os trabalhos foram conduzidos.

A nós, resta a certeza de que as agências de relações públicas podem e são articuladoras de soluções para os problemas de negócio dos clientes.