

Infovia Metropolitana

INFOVIAMETROPOLITANA.RIO.BR

**PLANO DE COMUNICAÇÃO E ENGAJAMENTO -
INFOVIA METROPOLITANA DIGITAL
(Documento complementar ao Plano de
Trabalho)**



ÍNDICE

ÍNDICE	2
1 INTRODUÇÃO	5
2 OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO	6
3 PÚBLICOS-ALVO E SEUS DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO	7
Tabela 1 - Diversos públicos a serem impactados no plano de comunicação	7
4 MENSAGEM CHAVE	8
Imagem 1 - Desenho esquemático da estratégia de comunicação.....	8
5 RECURSOS, CANAIS E ESTRATÉGIAS	9
Imagem 2 - Recursos da Estratégia de Comunicação	9
5.1 Identidade Visual	10
Imagem 3 - Logomarca aprovada	10
5.2 Folheteria	10
Imagem 4 – Folheteria	11
5.3 Website	12
Imagem 5 - Arquitetura de Informação Inicial do Site aprovada	12
5.4 Estratégia de Canais	12
Tabela 2 - Mapa Público-Alvo x Canais Primários de Comunicação	13
6 ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO	14
6.1 Engajamento das Municipalidades	15
6.1.1 Boletins Mensais	18
6.2 Entidades Privadas	18
6.3 USTDA	18
6.4 Comunicação com o público geral	18
6.5 Modelo de Comunicação para Mídias Sociais	18
Imagem 6-Exemplo de comunicação na rede social da IRM sobre o projeto da Infovia.....	19
7 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	19
7.1 Lançamento do Projeto	19
7.2 Workshop Tecnológico	19

7.3	<i>Mídias Sociais</i>	20
7.4	<i>Atualização Contínua do Site</i>	20
8	<i>Anexos</i>	21
8.1	<i>Texto do Press Release</i>	21
8.2	<i>Reprodução do Email Enviado às Prefeituras</i>	23
8.3	<i>Registro Fotográfico das Visitas às Municipalidades</i>	25
8.4	<i>Cronograma Inicial de Ações de Comunicação</i>	29

Emissão do Documento	Observação
30/10/2024	Versão Final

1 INTRODUÇÃO

A conectividade com a internet é um dos maiores transformadores sociais e uma demanda crescente da sociedade moderna. Ela pode auxiliar, inclusive, no acesso aos serviços públicos e agilizar o contato da população com a prestação de serviço

Este projeto, além de apresentar soluções técnicas, visa promover mudanças comportamentais e culturais para garantir o engajamento das instituições e conseqüentemente melhorar a vida das pessoas.

O sucesso desse programa de comunicação e engajamento depende da qualidade e consistência das informações coletadas e divulgadas, contando com o engajamento dos stakeholders das 22 municipalidades que compõem a Região Metropolitana do Rio de Janeiro (RMRJ), além do estado do Rio de Janeiro e dos órgãos envolvidos em todos os seus níveis e estruturas, em especial o IRM, mandante desse projeto, além do próprio USTDA como entidade viabilizadora do projeto Infovia Metropolitana.

Para atender a isso, apresentaremos uma estratégia contextualizada, com um desdobramento preciso e direcionando a sua execução de forma eficiente e consistente - porém flexível- para se adaptar as dificuldades operacionais que possam surgir ao longo de todo o projeto.

O contexto fundamental que deverá nortear o plano de comunicação e engajamento é o objetivo central do Projeto Infovia Metropolitana, do qual faz parte e a que pretende suportar em seu perímetro de responsabilidade (comunicação e engajamento dos atores envolvidos): elaborar um plano para a implantação futura de uma infraestrutura de telecomunicações e conectividade que suporte a demanda presente e futura por serviços e aplicações de ICT (Information e Communication Technology) interconectando as 22 municipalidades e a infraestrutura do estado do Rio de Janeiro e entidades a elas subordinadas viabilizando a evolução digital da gestão e operação dessas municipalidades assim como da prestação de serviços públicos pertinentes a essas municipalidades as suas populações.

Desta forma, uma atenção fundamental em todas as ações de comunicação, em todos os níveis, deve ser tal **que evite absolutamente a percepção** ou entendimento seja por parte das entidades públicas envolvidas e também, e mais especialmente, por parte da população da RMRJ, de que o objetivo do **Projeto Infovia Metropolitana é prover conectividade diretamente ao cidadão**, em sua residência ou negócio, gerando expectativas falsas ou até cobranças e questionamentos indevidos às prefeituras participantes.

A comunicação com o público em geral, que faz parte deste plano embora de forma secundária e tangencial como detalhando a seguir, deve considerar o exposto anteriormente tendo como objetivo principal divulgar o projeto como uma execução importante do governo, contribuindo para o engajamento das atores públicos.

2 OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

O Plano de Comunicação e Engajamento proposto para este projeto tem como principais objetivos:

- I. Garantir a publicidade e transparência do processo ao longo de todo projeto;
- II. Promover o engajamento de todos os atores envolvidos e necessários para execução do projeto;
- III. Facilitar o fluxo de informações de todos os esforços e atividades previstas para a elaboração e execução do projeto entre os diversos órgãos e atores envolvidos;
- IV. Atingir e envolver os diversos públicos mapeados com a divulgação de informações, conceitos e ideias necessárias para proporcionar o devido conhecimento e engajamento no projeto.
- V. Realizar a comunicação formal com os diversos stakeholders compartilhando as informações pertinentes a cada nível envolvido ao longo de todo projeto.

Para isso, utilizará uma linguagem clara e acessível, adaptada, de um lado, aos âmbitos político, institucional e administrativo, especialmente para as equipes do IRM, municípios da RMRJ, dos órgãos estaduais pertinentes, setores públicos e privado interessados, sociedade civil e população em geral, e, de outro lado, formatada para cada canal ou conjunto de canais utilizado – de forma a não comprometer ou confundir os diversos entes envolvidos sobre os temas estudados – especialmente a população em geral.

De forma específica, seguindo os protocolos, orientações, canais, formatos e frequência estabelecidas formalmente, este plano estabelece diretrizes de comunicação com o USTDA, de acordo com cada etapa do projeto.

A comunicação fará parte das diversas fases de desenvolvimento do projeto, de modo a cumprir as funções de informar, educar, mobilizar para a participação, coletar opiniões e contribuições, validar e disseminar as soluções propostas.

Por fim, todas as ações de comunicação em suas diversas aplicações serão centradas no objetivo do Projeto Infovia Metropolitana e sua entrega para futuro desenvolvimento de infraestrutura de ICT (Information and Communication Technology – Tecnologia de Informação e Comunicação) para as prefeituras e estado e suas entidade subordinadas dentro das suas competências de atuação. Dessa forma deve-se evitar o entendimento que o objetivo do projeto é a construção de infraestrutura de conectividade para uso direto da população, criando uma expectativa errônea.

3 PÚBLICOS-ALVO E SEUS DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

O Projeto Rio Conectividade atinge públicos distintos com objetivos de comunicação específicos e que requer linguagens, formatos e estratégias de alcance específicos, adaptados aos âmbitos político e administrativo.

São eles: as equipes do IRM, os municípios da RMRJ, órgãos e entidades do estado do Rio de Janeiro pertinentes ao trabalho, setor privado, a sociedade civil e a população em geral.

O envolvimento desses diferentes públicos e atores será fundamental para facilitar a aceitação das intervenções planejadas e minimizar as resistências comuns em situações de mudança.

A tabela a seguir registra os diversos públicos mapeados com seus objetivos e desafios de comunicação específicos:

Tabela 1- Diversos públicos a serem impactados no plano de comunicação

PÚBLICO-ALVO	OBJETIVO E DESAFIO DE COMUNICAÇÃO
Executivos e Stakeholders do IRM, USTDA e demais entidades diretamente envolvidas no projeto	Garantir a transparência e a publicidade durante todo o projeto de forma executiva, eficiente e tempestiva para garantir o conhecimento sobre o avançamento do projeto, realização de entregáveis ou etapas notáveis, conforme estabelecido do TOR, suportar decisões quando necessário, comunicar riscos, além de realizar toda as obrigações previstas.
Time IRM diretamente envolvido no projeto	Garantir o conhecimento amplo e contextualizado necessário para o engajamento do próprio time e dos outros atores necessários a execução do projeto dentro dos prazos e dos parâmetros de qualidade
Lideranças políticas e administrativas nas 22 municipalidades e órgãos e entidades do estaduais cobertos pelo programa	Proporcionar informação sobre a relevância e utilidade do projeto e o impacto nas comunidades e garantir a mobilização dos recursos necessários para execução do plano de trabalho dentro dos prazos definidos com a qualidade necessária
Pontos focais e pessoal técnico das 22 municipalidades e órgãos estaduais envolvidos nas execuções de tarefas específicas	Garantir o nível de informação e entendimento necessário dos aspectos técnicos, administrativos e econômicos do projeto para a execução eficiente das tarefas, nos prazos definidos
Entidades públicas e privadas envolvidas direta ou indiretamente na execução do plano de trabalho e na construção do projeto proposto	Promover a divulgação dos objetivos do projeto e seus impactos esperados na coletividade para garantir o engajamento necessário e a repercussão eficientes nas diversas esferas desses publico
Sociedade civil de modo geral	Promover o conhecimento do projeto e dos objetivos finais esperados e seu impacto positivo nas municipalidades, como divulgação do trabalho realizado pelas esferas municipais e estadual envolvidas no projeto além de, indiretamente, ser mais um elemento para o estímulo ao engajamento dos atores envolvidos na execução do projeto.

Importante: em todas as esferas de comunicação deve-se direcionar os esforços a construir o benefício que uma metrópole conectada gera a sociedade e evitar absolutamente o entendimento e percepção que o objetivo do

projeto, em alguma instância, é construir e prover serviços de conectividade diretamente para a população em sua residência, negócio, em áreas privadas ou públicas, o que não é escopo do projeto.

4 MENSAGEM CHAVE

O processo de comunicação e participação no Plano de Conectividade visa envolver agentes sociais, econômicos e políticos para construir consensos estratégicos em torno da relevância, amplitude, utilidade e impacto direto nas comunidades envolvidas de forma a obter o resultado esperado em cada etapa.

Na consulta e envolvimento dos grupos-chave do setor de conectividade, esperamos coletar demandas, mapear recursos existentes, compreender como os serviços e estruturas atuais são avaliados e quanto de recurso é alocado, assim como levantar requerimentos, críticas e sugestões - alinhando interesses específicos ao conjunto do projeto.

Assim, buscamos fortalecer a adesão e implementação do Plano de Comunicação.

Como já exposto, é fundamental que a comunicação seja realizada de forma precisa, refletindo o objeto central do Projeto Infovia Metropolitana, para não criar expectativas e entendimentos equivocados seja nos atores públicos envolvidos, mas especialmente na sociedade civil em geral.

COMUNICAÇÃO ESTRATEGICA



Imagem 1- Desenho esquemático da estratégia de comunicação

5 RECURSOS, CANAIS E ESTRATÉGIAS

O Plano de Comunicação e Engajamento engloba: identidade visual, estratégias de comunicação (segmentadas por público-alvo e canais de divulgação), mobilização e participação.

Esses canais servirão como base para futuros instrumentos de apoio virtual à evolução do projeto.

A abordagem metodológica proposta para o desenvolvimento do Plano de Comunicação e Participação Social inclui os elementos mostrados no diagrama a seguir, sempre com a avaliação prévia e aprovação do IRM:

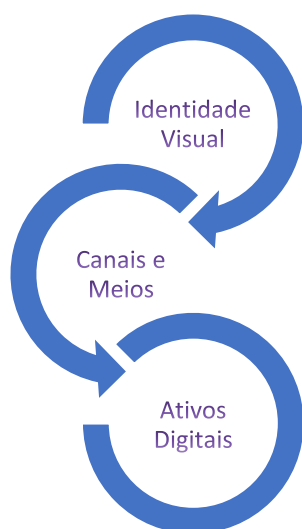


Imagem 2- Recursos da Estratégia de Comunicação

Identidade visual do projeto: essencial para identificar a marca, refletir a estratégia e engajar os diversos públicos, despertando interesse nos debates sobre conectividade na região metropolitana

Materiais visuais e gráficos: desenvolvidos de acordo com necessidades específicas para uma divulgação ampla, mas contextualizada especialmente em eventos

Canais oficiais de comunicação: para uma comunicação formal envolvendo stakeholders e lideranças das municipalidades de acordo com os canais, protocolos, formatos e linguagens oficiais das entidades envolvidas

Web site: criado e mantido ao longo do projeto para fornecer informações, facilitar consultas e coletar contribuições, incentivando o envolvimento de todos os públicos no projeto. O domínio infoviametropolitana.rio.br foi já adquirido para o projeto.

Mídia Social: com os mesmos objetivos do site, serão utilizados os perfis existentes do IRM

Imprensa: para comunicação de notícias, fatos relevantes, agendas públicas, propiciando a repercussão adequada e o engajamento de atores públicos e privados interessados no projeto

Eventos e workshops: realizados de acordo com o plano de trabalho para divulgação, construção, compartilhamento e multiplicação de conhecimento gerando engajamento, participação e comprometimento dos diversos públicos

5.1 Identidade Visual

Após o devido processo de análise e aprovação pelo IRM, e em acordo com o documento de aplicação de marca fornecido por seu time, foi aprovada a seguinte marca para o projeto que, como primeiro elemento da estratégia de comunicação, inicia o processo de construção de identidade para todos os elementos de comunicação produzidos no contexto do projeto.

Variações necessárias para diversas aplicações foram produzidas com orientações para essas aplicações:



Imagem 3- Logomarca aprovada

5.2 Folheteria

Com o objetivo de ser uma ferramenta inicial de apresentação do projeto, com um resumo do seu contexto e objetivo além de prover informações básicas de contato, foi produzido o seguinte folheto, já distribuído no evento Fórum Metropolitano para o G20 realizado nos dias 5 e 6 de novembro no Rio de Janeiro.

Essa folheteria será entregue em todas os municípios e entidades que serão visitadas.

CONECTANDO A REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO

www.irm.rj.gov.br

(21) 97030-4558

Av. Pres. Wilson, 231,
Rio de Janeiro, RJ
20030-021

RIOMETRÓPOLE INSTITUTO

INFOVIAMETROPOLITANA.RIO.BR

O Instituto Rio Metrôpole teve aprovado pelo Conselho Deliberativo da RMRJ, a contratação dos estudos de expansão e modernização da infraestrutura digital nos aparelhos públicos dos 22 municípios da RMRJ e nos aparelhos do estado nesta mesma região.

A melhoria dessa infraestrutura suportará a evolução dos serviços e políticas públicas, aprimorando o atendimento ao cidadão, a gestão pública de cada município, a inclusão digital e a sustentabilidade.

A Infovia Metropolitana está prevista no Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano Integrado da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (PEDUI/RMRJ), com iniciativas de estudos, planejamento e implementação até 2028!

Os estudos estão sendo patrocinados integralmente pela USTDA – Agência de Fomento do Governo Americano e a previsão é que estes estudos sejam entregues para as etapas seguintes de implementação ainda em 2025.

A consultoria Emerging International foi contratada para realizar a assistência técnica ao projeto.

WWW.USTDA.GOV

WWW.EMERGINGINTERNATIONAL.COM

Imagem 4 – Folheteria

5.3 Website

O website do projeto contém todas as informações para que os diversos públicos compreendam da forma mais completa possível e possam acompanhar seu avanço com o máximo de transparência.

O layout do site foi pensado de forma a facilitar o acesso às informações, a mobilização em torno do projeto, etapas concluídas e informar todos os avanços ao longo do tempo – de forma clara e rápida.

O domínio do site aprovado: www.infoviametropolitana.rio.br



Imagem 5- Arquitetura de Informação Inicial do Site aprovada

5.4 Estratégia de Canais

Como já estabelecido no Plano de Trabalho, para cada público-alvo deverá ser utilizada uma estratégia de comunicação segmentada garantindo o resultado esperado, com construção, formatação e distribuição de mensagens através de canais que atinjam primariamente cada público com eficácia.

O mapa abaixo propõe uma estratégia de canal primário visando cada público-alvo anteriormente mapeado. Isso não impede que ao longo do projeto outras formas de comunicação sejam utilizadas para atingir um objetivo específico sempre buscando o engajamento, a participação de cada ator assim como garantir a transparência e a publicidade pertinente sobre o projeto.

Tabela 2- Mapa Público-Alvo x Canais Primários de Comunicação

PÚBLICO-ALVO	CANAIS PRIMÁRIOS DE COMUNICAÇÃO
Executivos e Stakeholders do IRM, USTDA e demais entidades diretamente envolvidas no projeto	Email Atas de Reunião
Time IRM diretamente envolvido no projeto	Email Atas de Reunião Whatsapp
Lideranças políticas e administrativas nas 22 municipalidades e órgãos e entidades do estaduais cobertos pelo programa	Ofícios e Comunicações Oficiais Email Whatsapp Website
Pontos focais e pessoal técnico das 22 municipalidades e órgãos estaduais envolvidos nas execuções de tarefas específicas	Ofícios e Comunicações Oficiais Email Whatsapp Website
Entidades públicas e privadas envolvidas direta ou indiretamente na execução do plano de trabalho e na construção do projeto proposto	Ofícios e Comunicações Oficiais Email Whatsapp Website Mídias Sociais
Sociedade civil de modo geral	Website Mídias Sociais

6 ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO

Serão definidas e estruturadas estratégias para motivar a participação dos diversos públicos, focando principalmente nos atores políticos, administrativos e técnicos necessários para a execução do projeto, mas também, de forma secundária, a população geral para produzir conhecimento e as respostas necessárias para os mapeamentos planejados.

O primeiro passo será a construção de um Mapa Geral de Stakeholders e Pontos Focais com as lideranças políticas, administrativas e técnicas, pontos focais e outros recursos a serem envolvidos no processo de desenvolvimento do plano.

Esse Mapa será atualizado a medida em que as estratégias de engajamento forem colocadas em prática e estará disponibilizado através do arquivo:

Mapeamento Geral do Projeto Infovia Metropolitana:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CwAnZwfg1vk9L5U2f1eFbabphRKeHKqpYug3UzYJin4/edit?usp=sharing> (Google Sheets)

ENTIDADE/ENTITY	GEOGRAFIA/GEOGRAPHY	ROTA/ROUTE	PARTIDO/PARTY	PREFEITO/DIRECTOR (MAIOR/DIRECTOR)	PONTO FOCAL/FOCAL POINT 1	PONTO FOCAL/FOCAL POINT 2	Email inicial	Respondeu contato	Formulário inicial	Respondeu formulário	Visita Agendada	Visita realizada
Mequitá	BAIXADA	1	PL	Jorge Miranda (até 2024) Marcelo Miranda (2025-28)	Secretário Planejamento Caso		29/10	Sim	13/11			
Nitópolis	BAIXADA	1	PL	Abílio Neto	Secretário de Governo Júnior José		29/10	Sim	13/11			
São João de Meriti	BAIXADA	1	PL	Júlio Ferreira Neto (até 2024) Leonardo Vieira Mendes (2025-28)								
Bedford Park	BAIXADA	2	Republicanos	Wagner Camarões (até 2024) Marcelo Camarões (2025-28)								
Esqueleto	BAIXADA	2	União									
Nova Iguaçu	BAIXADA	2			Secretário de Desenvolvimento Urutano Paulo Sérgio		29/10	Sim	13/11			
Magé	BAIXADA	3			Secretaria Governo Thais		29/10	Sim	13/11			
Quatzenberg	LESTE/BAIXADA	3										
Quatzenberg	BAIXADA	4										
Japeri	OESTE	4			Secretário Renilton carvalho@japeri.rj.gov.br		29/10	Sim	13/11	13/11		
Paracambi	OESTE	4										
Itaguaí	OESTE	5										
Strepsícia	OESTE	5			Carlos - secretário TI		29/10	Sim	13/11			
Cachoeiras de Macacu	LESTE	6										
Rio de Bonito	LESTE	6										
Tanguá	LESTE	6										
Itaboraí	LESTE	7										
São Gonçalo	LESTE	7										
Itaboraí	LESTE	8										
Itaboraí	LESTE	8										
Rio de Janeiro	CENTRAL	9										
Petropolis	LESTE/BAIXADA	10										
Estados Unidos	CENTRAL	11										

Ao longo do trabalho de mapeamento, uma Rede de Comunicação com Stakeholders e Pontos Focais será criada. Teremos principalmente uma rede de comunicação eletrônica por e-mail e whatsapp, permitindo atualizações rápidas e mobilização para atividades relacionadas ao plano.

O compromisso de agentes políticos e a escolha estratégica de técnicos como agentes de mudança são essenciais para garantir o sucesso e a implementação do projeto. Para isso, estabelecemos as metodologias a seguir.

6.1 Engajamento das Municipalidades

Uma das atividades mais relevantes da tarefa 1.2 (TASK 1.2) é realizar e registrar visitas às 22 cidades para levantamento da infraestrutura de telecomunicações e serviços digitais existente, entender a demanda atual e futura dos serviços de telecomunicações (voz, dados, vídeos, cibersegurança, telefonia móvel etc.).

A realização dessa tarefa inicia com o mapeamento dos pontos focais em todas as cidades para facilitar, coordenar e executar o levantamento das informações, sendo fundamental o engajamento desses recursos em cada municipalidade e para isso contaremos com o suporte do time do IRM, um roteiro otimizado para a realização dessas visitas.

Para execução dessa etapa da tarefa 1.2, estabelecemos o seguinte processo

- I. **Comunicação Oficial as Prefeituras pelo IRM:** Foi enviado no dia 29/10 um ofício do IRM a todas as prefeituras da região metropolitana do Rio de Janeiro, apresentando o projeto e solicitando a indicação de um ponto focal para participação nessa atividade. A comunicação enviada está reproduzida no anexo 2, item 8.2.
- II. **Acompanhamento da primeira resposta das prefeituras notificadas:** o IRM fará um acompanhamento direto do retorno das prefeituras notificadas para garantir a definição dos pontos focais.
- III. **Mapeamento dos Ponto Focais de cada municipalidade (Mapa de Atores):** Recebidos os contatos dos Pontos Focais de cada cidades, Emerging montará uma base de dados em Google Planilha disponibilizando o acesso a todos os integrantes do time além do armazenamento no diretório do projeto já compartilhado.
- IV. **Primeiro Contato com Atores:** O IRM fará o primeiro contato com os Pontos Focais, por WhatsApp e/ou telefone, para confirmar a participação e compartilhar o Primeiro Formulário de Pesquisa. Após o envio da pesquisa, o time do IRM deverá organizar as agendas para as visitas. Serão feitas pelo menos três tentativas de contato. Não havendo sucesso, as municipalidades pendentes serão passadas para o IRM para uma nova tentativa de abordagem institucional.
- V. **Questionário Inicial:** Após o primeiro contato e antes da visita, será enviado para os Pontos Focais de cada municipalidade, por whatsapp e/ou e-mail, um questionário inicial com as perguntas e solicitações iniciais intitulado QUESTIONÁRIO SOBRE MATURIDADE DIGITAL DAS PREFEITURAS - PROJETO INFOVIA METROPOLITANA - IRM 2024 – SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES E CONECTIVIDADE, previamente aprovado pelo IRM. Na medida em que o questionário for respondido, o Mapa de Geral do Projeto será atualizado

Questionário Inicial sobre Maturidade Digital das Prefeituras:

<https://forms.gle/7sxbY3e1Ne7g2FxMA> (Google Forms)

Projeto Infovia Metropolitana - IRM 2024

O Instituto Rio Metrópole teve aprovado pelo Conselho Deliberativo de RMRJ a contratação dos estudos de expansão e modernização de infraestrutura digital e serviços de internet públicos nos aparelhos públicos dos 22 municípios da RMRJ e nos aparelhos do estado nesta mesma região.

A melhoria dessa infraestrutura suportará a evolução dos serviços e políticas públicas, aprimorando o atendimento ao cidadão, o acesso público de cada município, e inclusão digital e a sustentabilidade.

A Infovia Metropolitana está prevista no Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano Integrado da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (PEDIUR/RJ), com iniciativas de estudos, planejamento e implementação até 2028.

Os estudos estão sendo patrocinados integralmente pela USTDA - Agência de Fomento do Governo Americano - e é previsto que estes estudos sejam entregues para as etapas seguintes de implementação ainda em 2025.

A consultoria Emerging International foi contratada para realizar a consultoria técnica ao projeto.

A primeira etapa desse projeto compreende o levantamento de informações sobre os serviços de telecomunicações e internet existentes no seu município, se existem demandas não atendidas, projetos de expansão e melhoria etc.

Para isso contamos com a sua participação através do preenchimento desse questionário.

Qualquer dúvida entre em contato através do telefone (21) 97330-0558.

Muito obrigado.

maria.lima@emerginginternational.com Switch account

* Indicates required question

Email *

Your email

QUESTIONÁRIO SOBRE MATURIDADE DIGITAL DAS PREFEITURAS
PROJETO INFOVIA METROPOLITANA - IRM 2024
SERVIÇOS TELECOMUNICAÇÕES E CONECTIVIDADE

Qual o seu nome? *

Your answer

Em que município atua? *

Your answer

Em que secretaria, órgão ou entidade atua? *

Your answer

Next Page 1 of 16 Clear form

View form responses through Google Forms.

This form was created inside of Emerging International LLC. [View all forms created by this account.](#)

Google Forms

VI. **Cronograma de Visitas às Municipalidades:** devido às festividades de final de ano, foi estabelecido realizar as visitas até dia 20/12- a depender da disponibilidade- tanto dos Pontos Focais nessas cidades como disponibilidade de recursos do IRM para acompanhar a Emerging na visita.

Serão feitas 3 tentativas de agendamento das visitas, com o envio do questionário inicial após o primeiro contato e o envio do questionário ampliado com antecedências de 2 dias úteis da data acordada pela visita.

Caso não se possa agendar a visita por dificuldade de agendamento pela localidade o IRM será notificado para uma ação direta com essas localidades.

Para montagem do cronograma completo será considerado o roteiro inicial construído com o time do IRM.

Um checklist foi criado para orientar as visitas as municipalidades, nesse primeiro momento, e demais entidades e órgãos ao longo do projeto.

Este checklist encontra-se disponível no mesmo Mapa Geral do Projeto:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CwAnZwfg1vk9L5U2f1eFbabphRKeHKqYUq3UzYJin4/edit?usp=sharing> (Google Sheets)

GUIA PARA VISITAS AS MUNICIPALIDADES	
1. Informações Gerais (General Information)	Data da Visita (Date of visit)
	Prefeitura (Municipality)
	Endereço (Address)
	Telefone (Phone)
	E-mail (Email)
	Funcionário (Staff)
2. Registro de Reunião (Meeting Record)	Nome do Participante (Participant Name)
	Assunto (Topic)
	Objetivo (Objective)
	Resultado (Result)
	Assinatura (Signature)
	Data (Date)
	Local (Location)
	Participantes (Participants)
	Assinatura (Signature)
	Data (Date)
	Local (Location)

Levantamento de Informações

1. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

2. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

3. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

4. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

5. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

6. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

7. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

8. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

9. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

10. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

11. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

12. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

13. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

14. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

15. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

16. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

17. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

18. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

19. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

20. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

21. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

22. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

23. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

24. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

25. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

26. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

27. Qual o endereço da Prefeitura? (Where is the Municipality address?)

As visitas serão registradas através de atas compartilhadas com os pontos focais e demais stakeholders do projeto e de cada municipalidade ou órgão.

Ao longo do projeto o website www.infoviametropolitana.rio.br será a referência de informações sobre o projeto, atualizações, novas agendas, acesso a documentação disponível além de ser um ponto de contato com o time do projeto.

Comunicados oficiais seguirão os canais e formatos pertinentes do IRM, especialmente no caso de novas visitas oficiais ou obtenção de informações pertinentes ao projetos ao longo de toda sua execução.

Por fim, postagens nas mídias sociais do IRM servirão como publicidade e divulgação das visitas, e de cada avanço do projeto até a entrega do relatório final.

6.1.1 Boletins Mensais

A partir de dezembro de 2024, será enviado a todas as prefeituras participantes, mensalmente, sempre na última semana de cada mês, um boletim relatando o status do projeto, com um resumo da situação atual, todos os avanços, realizações, e entregas futuras, além de fatos relevantes relacionados com o projeto. Esse boletim também estará publicado no site.

6.2 Entidades Privadas

No momento oportuno do projeto, uma comunicação oficial apresentando o projeto, seu objetivo e necessidade de informação (se necessário) a ser obtida através das entidades privadas. Será uma comunicação elaborada em conjunto com IRM e enviada para o conjunto de empresas selecionadas.

6.3 USTDA

A comunicação com a USTDA seguirá os protocolos, diretrizes e canais estabelecidos em contrato, através do IRM ou diretamente por parte do ponto focal da Emerging, a depender do caso.

6.4 Comunicação com o público geral

O site e as redes sociais facilitarão a comunicação direta com a população, enquanto a imprensa atuará como canal de comunicação indireta, criando um ciclo de feedback e articulação contínuos sobre o progresso do plano.

A criação de canais de diálogo e a resposta adequada às demandas da sociedade civil e do setor privado, através do conjunto de canais estabelecidos, serão essenciais para fomentar o engajamento e a participação no processo.

Importante destacar do cuidado na comunicação que teremos com a população em geral para que o objetivo do projeto não seja deturpado e cause confusão e informação incorreta.

6.5 Modelo de Comunicação para Mídias Sociais

Como já definido que as postagens em mídias sociais serão realizadas nos canais do IRM, vamos usar a mesma identidade visual e padrão de comunicação usados, tom de voz etc. Garantindo que a comunicação tenha sempre o cuidado de passar a mensagem correta em relação ao objetivo do projeto, mencione sempre o site do projeto, marque o IRM.



Imagem 6-Exemplo de comunicação na rede social da IRM sobre o projeto da Infovia

7 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Ao longo do projeto, as ações de comunicação deverão ser planejadas e aprovadas junto ao IRM e seu time de comunicação e executadas.

É previsto também a revisão contínua do plano inicial proposto, atualizando de forma a obter maior transparência e publicidade à execução, informar, motivar e engajar os diferentes públicos nas etapas pertinentes do projeto, facilitar o acesso às informações geradas ao longo da sua execução, e sempre de acordo com o princípio de necessidade de conhecimento.

7.1 Lançamento do Projeto

Para o lançamento do projeto, no dia 05/11/24 foi disponibilizado o *press release*, reproduzido no anexo 1, item 8.1. O press release foi enviado para os veículos: O Globo, O Dia, Extra, Tribuna do Rio, Correio do Rio, Tempo Real, Uol, Folha de São Paulo

O projeto foi também formalmente anunciado no Fórum Metropolitano para o G20, realizado no Rio de Janeiro nos dias 5 e 6 de novembro, quando também foi distribuído o folheto contendo informações básicas do projeto e contato.

7.2 Workshop Tecnológico

Será realizado um workshop envolvendo as municipalidades, seus stakeholders e pontos focais, time do IRM, time técnico da Emerging e representantes de entidades privadas pertinentes, em especial empresas americanas mapeadas de acordo com etapa específica do projeto (Task 5).

O objetivo do workshop será compartilhar conceitos, achados, propostas, assim como apresentar tecnologias pertinentes ao projeto de forma a nivelar o máximo de conhecimento, entendimento e alinhar objetivos e ações futuras.

A data e local da execução do workshop serão definido a posteriori, antes da finalização do projeto e seu planejamento e execução serão realizados em conjunto e com a aprovação prévia do time IRM.

7.3 Mídias Sociais

Ao longo do projeto serão realizadas postagens nas mídias sociais do IRM para dar publicidade ao avanço do projeto, comunicar e engajar os atores em cada etapa, assim como, de forma secundária, compartilhar e informar o público em geral.

Estão previstos posts nas seguintes ocasiões:

- Realização de visitas e encontros oficiais às prefeituras e órgãos municipais e estaduais
- Encerramento de etapas do projeto e entregas realizadas conforme plano de trabalho
- Necessidade de compartilhar informações específicas
- Comunicar fatos notáveis
- Compartilhar o endereço do website
- Disponibilização do boletim mensal
- Realização do workshop técnico

O cronograma inicial está detalhado no anexo 3, item 8.3 - Cronograma Inicial de Ações de Comunicação.

7.4 Atualização Contínua do Site

Da mesma forma, a atualização do site seguirá de acordo com o cronograma de execução de cada etapa do projeto, com a divulgação de informações relevantes como: agendas acordadas, etapas concluídas, informes oficiais, divulgação de visitas, inserções e atualizações de documentos etc.

O site está previsto para ser publicado em 6/12/24.

8 Anexos

8.1 Texto do Press Release

Instituto Rio Metr pole Lança Programa Infovia Metropolitana para Modernizar Telecomunica es e Beneficiar 13 Milhões de Cidad es da Região Metropolitana do Rio de Janeiro

Iniciativa amplia e moderniza infraestrutura digital de 22 municípios, com apoio do Governo dos EUA, marcando o maior projeto de rede de telecomunica es municipais da América do Sul.

Rio de Janeiro, 5 de novembro de 2024 – No Fórum Metropolitano (<https://forummetropolitano.com/>), evento paralelo   agenda do G20 que ocorre nos dias 05 e 06 de novembro, o Instituto Rio Metr pole anuncia o lançamento do programa Infovia Metropolitana. Este projeto inovador, aprovado pelo Conselho Deliberativo da Região Metropolitana do Rio de Janeiro - RMRJ, visa expandir e modernizar a infraestrutura digital nos equipamentos públicos dos 22 municípios da RMRJ e dos ativos estaduais nessa região.

A Infovia Metropolitana promete ser o maior projeto de conectividade de Região Metropolitana da América do Sul, beneficiando diretamente mais de 13 milhões de cidad es. Com foco em tecnologias de ponta em redes de fibra óptica, micro-ondas, satélite e mobilidade 5G, o programa busca através da moderniza o da infraestrutura digital, fortalecer o desenvolvimento de serviços e políticas públicas, aprimorar o atendimento aos cidad es, melhorar a gestão pública, promover a inclusão digital e fomentar a sustentabilidade regional.

Prevista no Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano Integrado da RMRJ (PEDUI/RMRJ), a Infovia Metropolitana abrange estudos, planejamento e implementa o até 2028. "A Região Metropolitana do Rio de Janeiro   a segunda maior do Brasil e uma das 20 maiores do mundo. Estamos diante de uma oportunidade única de promover o desenvolvimento social e econ mico da região, através da Transforma o Digital, criando uma infraestrutura moderna e robusta para responder às demandas dos próximos anos", afirmou Maurício Knoploch, diretor do Instituto Rio Metr pole.

Os estudos iniciais do projeto estão sendo patrocinados integralmente pela Agência dos Estados Unidos para Comércio e Desenvolvimento (USTDA),  rg o do Governo Americano. A previsão   que estes estudos, conduzidos pela consultoria contratada Emerging International, estejam concluídos em 2025, permitindo o avanço para as etapas seguintes de implementa o.

Informa66es do Programa:

Para mais informa66es sobre o programa Infovia Metropolitana e seu impacto na Regi66o Metropolitana do Rio de Janeiro, visite o site www.infoviametropolitana.rio.br ou entre em contato com o Instituto rio metr6pole atrav66s do e-mail dirpp@irm.rj.gov.br

Sobre o IRM:

O Instituto Rio Metr6pole 66 o 66rg66o Executivo da Regi66o Metropolitana do Rio de Janeiro, que 66 formada por 22 munic66pios e governo do estado do Rio de Janeiro, e que possui a fun6666o de executar as decis66es tomadas pelo Conselho Deliberativo da RMRJ, bem como de assegurar suporte necess66rio ao exerc66cio de suas atribu6666es, em especial quanto ao detalhamento das diretrizes gerais, planos e normas metropolitanas, estabelecida pela Lei Complementar Estadual n66184/2018.

Maiores informa66es: www.irm.rj.gov.br

Sobre a USTDA:

A Ag66encia de Com66ercio e Desenvolvimento dos EUA - USTDA conecta empresas dos EUA a oportunidades de exporta6666o, financiando atividades de prepara6666o de projetos e constru6666o de parcerias que desenvolvam infraestrutura sustent66vel e promovam o crescimento econ66mico nos pa66ises parceiros.

Maiores Informa66es: www.ustda.gov

Sobre a Emerging International:

Fundada em 2003, a Emerging 66 uma consultoria especializada de telecomunica6666es e tecnologias sustent66veis, com vasta experi66encia no Brasil, Am66rica Latina e Estados Unidos.

Maiores Informa66es: www.emerginginternational.com

8.2 Reprodu o do Email Enviado  s Prefeituras

----- Mensagem original -----

Assunto:INFOVIA DIGITAL
Data:30/10/2024 10:44
De:Diretoria Desenvolvimento Metropolitano Integrado <dirdmi@irm.rj.gov.br>
Para:prefeito@mage.rj.gov.br, gabinete@mage.rj.gov.br

Bom dia,

O Instituto Rio Metr pole no exercício de sua fun o Executiva da Região Metropolitana, encaminha em anexo ofício, para indica o de um ponto focal.

Atenciosamente,

Marcia Leal
Id. 5123233-2

Considerando o exposto acima, encaminho o presente para conhecimento e manifesta o;

Por gentileza, solicitamos confirma o de recebimento.

Atenciosamente,

Assessoria de Gabinete do Poder Executivo - GAPE
Prefeitura Municipal de Magé
gabinete@mage.rj.gov.br
(21) 2317-0200
Praça Dr. Nilo Peçanha, s/n , Centro, Magé/RJ, CEP 25900-085
www.mage.rj.gov.br

Confirmando o recebimento, informamos que seu e-mail foi encaminhado conforme exposto acima.

Atenciosamente,



SEI_86343700_Oficio__NA_47 Mesquita



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Instituto Rio Metrópole
DIRDMI/DIRPP

OLIRM/DIRPP N°47

Rio de Janeiro, 29 de outubro de 2024

Ao Prefeito de Mesquita
Exmo. Jorge Miranda

O Instituto Rio Metrópole no exercício de sua função de Órgão Executivo da Região Metropolitana, tem como responsabilidade a execução dos projetos previstos no Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano Integrado da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (PDUI/RMRJ). Sendo uma de suas matérias a viabilização da ação MI 13 - Estímulo à implantação de fibra óptica para toda a RMRJ e ainda, sob a legislação estadual, Lei Complementar n° 184/2018 que em seu inciso XII do Art 11 que aponta como atribuição do Conselho Deliberativo "efetuar as contratações e articulações necessárias ou úteis à fruição de serviços de comunicação digital na região metropolitana", convergindo diretamente com o PEDUI.

Tendo os motivos expostos apontados, o Conselho Deliberativo na reunião de 29/06/2023 aprovou a elaboração dos estudos de viabilidade para implantação de uma Infovia Digital que permitirá um robusto tráfego de dados na região metropolitana, possibilitando dessa forma que as prefeituras e o governo do estado melhorem a prestação de serviços públicos para os cidadãos, contribuindo para um maior desenvolvimento socioeconômico da região metropolitana, aumentando assim a atratividade para novas empresas e a potencialização das empresas já existentes.

O mencionado estudo, está sendo elaborado pela empresa Emerging, contratada pela United States Trade Development Agency (USTDA), que está financiando esse estudo sem contrapartida financeira da RMRJ.

Para o sucesso desses estudos, faz-se necessária a **indicação de um ponto focal** para tratativas de relações institucionais e um ponto focal para assuntos de âmbito técnico relacionados diretamente com a infraestrutura de conectividade e sistemas da prefeitura. Solicitamos que se informe o **nome completo, e-mail e telefone** dos servidores alocados para a atuação.

Atenciosamente,

Anexos:

I - Lei Complementar 184/2018 (SEI n° 86316880).

II - Ata da Reunião do Conselho Deliberativo 29/06/2023 (SEI n° 86316580).

8.3 Registro Fotográfico das Visitas às Municipalidades

i. Visita a Prefeitura de Magé em 28/11/2024

Praça Dr. Nilo Peçanha, s/n - Centro, Magé - RJ, 25900-085

Secretaria de Governo

Participantes:

Tais Marvila – Assessora Gerencial

Allan Malinosky – Diretor de TI

Márcia Leal – Representante do IRM

Débora Sant’Anna – Representante do IRM

Carlos Bismarck – Representante da Emerging International

Carlos Mauricio Batista – Representante da Emerging International



ii. Visita a Prefeitura de São Gonçalo em 27/11/24

Avenida Presidente Kennedy, 765, Estrela do Norte/SG - Cep: 24.445-795

Secretaria de Fazenda - Subsecretaria de informática

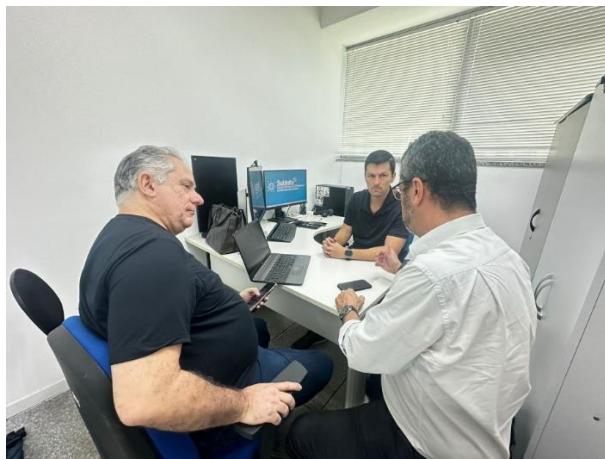
Participantes:

Rodney Antunes – Subsecretario de informática

Débora Sant´Anna – Representante do IRM

Carlos Bismarck – Representante da Emerging International

Carlos Mauricio Batista – Representante da Emerging International



iii. Visita a Prefeitura de Nilópolis em 26/11/24

Rua Pedro Álvares Cabral, 305 - Centro - Nilópolis

Secretaria de Governo

Participantes:

Josué Junior – Secretário de Governo

Márcia Leal – Representante do IRM

Carlos Bismarck – Representante da Emerging International

Carlos Mauricio Batista – Representante da Emerging International



iv. Visita a Prefeitura de Mesquita em 26/11/24

R. Arthur Oliveira Vechi, 120 - Centro, Mesquita - RJ, 26553-080

Subsecretaria de Tecnologia da Informação

Participantes:

Ronald Henrique – Subsecretario de Tecnologia da Informação

Márcia Leal – Representante do IRM

Carlos Bismarck – Representante da Emerging International

Carlos Mauricio Batista – Representante da Emerging International

8.4 Cronograma Inicial de Ações de Comunicação

O seguinte cronograma retrata as ações de comunicação já planejadas de acordo com este plano e é parte integrante do cronograma completo do Projeto Infovia Metropolitana. Para garantir o atingimento dos objetivos de comunicação as atividades listas podem ser replanejadas de acordo com o avançamento do projeto assim como novas ações poderão ser incluídas garantidas as premissas estabelecidas nesse plano.

ID	Nome	Começo	Fim	Responsável EI	Recurso IRM
1	Projeto Infovia Rio	18/10/2024 08:00	28/07/2025 05:00	F. Lang	A.Ithala/A.Lyra
6	Plano de Comunicação	18/10/2024 08:00	20/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/A.Lyra
7	Preparação do Briefing para Identidade Visual e Plano de Comunicação	22/10/2024 08:00	23/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/A.Lyra
8	Briefing do Website do Projeto	23/10/2024 08:00	24/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/A.Lyra
9	Validação do Briefing com Stakeholders	24/10/2024 08:00	24/10/2024 08:00	F.Lang	M. Knoploch
10	Criação e Aprovação da Identidade Visual	25/10/2024 08:00	31/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	M. Knoploch
11	Configuração do Website	29/10/2024 08:00	06/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A. Ithala/L. Alvarenga
12	Elaboração e Aprovação do Plano de Comunicação	18/10/2024 08:00	20/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A. Ithala/L. Alvarenga
13	Elaboração e Aprovação do Plano de Mídias Sociais	18/10/2024 08:00	20/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A. Ithala/L. Alvarenga
14	Fórum Metropolitano	05/11/2024 08:00	06/11/2024 05:00	F.Lang	M. Knoploch
15	Início do Plano de Comunicação	05/11/2024 08:00	06/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	L. Alvarenga
16	Plano de Engajamento	18/10/2024 08:00	20/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A. Ithala/L. Alvarenga
17	Engajamento Inicial do Setor Público	18/10/2024 08:00	14/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
18	Mapeamento de Atores	21/10/2024 08:00	31/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
19	Primeiro Contato com a Lista de Atores	01/11/2024 08:00	07/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
20	Elaboração do Primeiro Questionário	18/10/2024 08:00	14/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Lyra/M. Leal
21	Preparação das Visitas Presenciais	18/10/2024 08:00	14/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	M. Leal/D.Sant' Anna
81	Atividades de Comunicação e Engajamento	18/10/2024 08:00	28/07/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
82	E-mail para Municípios	29/10/2024 08:00	29/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
83	Release de Imprensa	05/11/2024 08:00	05/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
84	Flyer	05/11/2024 08:00	05/11/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
85	Website Publicado	06/12/2024 08:00	06/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
86	Boletim Mensal (Relatório e Postagem em Redes Sociais)	03/01/2025 08:00	25/07/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
87	Dezembro	03/01/2025 08:00	03/01/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
88	Janeiro	27/01/2025 08:00	30/01/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
89	Fevereiro	24/02/2025 08:00	28/02/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
90	Março	24/03/2025 08:00	28/03/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
91	Abril	28/04/2025 08:00	30/04/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
92	Maio	26/05/2025 08:00	30/05/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
93	Junho	23/06/2025 08:00	27/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
94	Julho (Encerramento)	21/07/2025 08:00	25/07/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
95	Eventos (com Postagens em Redes Sociais)	17/06/2025 08:00	25/07/2025 05:00	F.Lang/M. Duarte	A.Ithala/M. Leal
96	Oficina Técnica	17/06/2025 08:00	26/06/2025 05:00	F.Lang/M. Duarte	A.Ithala/M. Leal
97	Apresentação Final de Entrega	22/07/2025 08:00	25/07/2025 05:00	F.Lang/M. Duarte	A.Ithala/M. Leal
98	Postagens em Redes Sociais	18/10/2024 08:00	28/07/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
99	Visitas Presenciais (após cada visita)	26/11/2024 08:00	19/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
100	Website Disponível	10/12/2024 08:00	13/12/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
101	Entrega da Tarefa 1	07/01/2025 08:00	07/01/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
102	Entrega da Tarefa 2	11/03/2025 08:00	14/03/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
103	Lembrete do Website	11/02/2025 08:00	14/02/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
104	Entrega da Tarefa 3	15/04/2025 08:00	18/04/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
105	Entrega da Tarefa 4	10/06/2025 08:00	13/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
106	Lembrete do Website	14/05/2025 08:00	16/05/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
107	Entrega da Tarefa 5	27/06/2025 08:00	27/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
108	Entrega da Tarefa 6	18/06/2025 08:00	18/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
109	Entrega da Tarefa 7	19/06/2025 08:00	19/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
110	Entrega da Tarefa 8	17/06/2025 08:00	17/06/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
111	Entrega da Tarefa 9	18/10/2024 08:00	18/10/2024 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal
112	Entrega da Tarefa 10 (Final)	28/07/2025 08:00	28/07/2025 05:00	F.Lang/C.Batista	A.Ithala/M. Leal