



BANDEIRA INSTITUCIONAL DE EDUCAÇÃO DO GRUPO RBS

A SOCIEDADE MOBILIZADA PELA MELHORIA DA EDUCAÇÃO BÁSICA



FUNDAÇÃO
MAURÍCIO
SIROTSKY
SOBRINHO

Grupo **RBS**



BANDEIRAS INSTITUCIONAIS GRUPO RBS

As bandeiras são uma tradição da empresa de trabalhar com **grandes temas** de relevância para a **sociedade** e que contribuam para o **desenvolvimento coletivo**.

Uma das principais iniciativas do Grupo RBS na área do **Investimento Social Privado**, foca em **causas** importantes para o futuro do nosso país, em busca de uma forte **mobilização**, sem fins lucrativos.

CRACK
NEM PENSAR.



O AMOR É A MELHOR HERANÇA. CUIDE DAS CRIANÇAS.

Violência no trânsito
**Isso tem
que ter fim!**

EDUCAÇÃO

**GRUPO RBS TEM A CERTEZA DE QUE A EDUCAÇÃO
É UM DOS MAIS PODEROSOS INSTRUMENTOS PARA TRANSFORMAR AS PESSOAS
E DESENVOLVER A SOCIEDADE DE FORMA JUSTA.**

- Tema relevante para o desenvolvimento da sociedade e para o futuro do país
- Uma das prioridades da linha editorial da empresa
- Necessidade de ampliar a mobilização da sociedade (escolas, famílias, comunidades)
- Foco do Investimento Social Privado do Grupo RBS, via Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho
- Importância de valorizar boas práticas na área da educação
- Projetos próprios da RBS na área (Prêmio RBS de Educação, leitura de jornais em sala de aula, incentivo à leitura crítica)
- Histórico de atuação da RBS na área

OBJETIVOS DA BANDEIRA DE EDUCAÇÃO DO GRUPO RBS



Mobilizar as comunidades do RS e SC em prol da melhoria da qualidade da **educação básica**, dando visibilidade a boas práticas e exemplos replicáveis que inspiram a transformação, consolidando iniciativas, promovendo mudanças e seguindo em busca de respostas para o ensino do país.

COMPROMISSOS DO GRUPO RBS COM A EDUCAÇÃO

1

Divulgar temas relacionados ao ensino com foco prioritário no interesse dos estudantes;

2

Valorizar a escola como centro de saber e espaço para o desenvolvimento individual e coletivo dos alunos;

3

Dar visibilidade aos indicadores de qualidade da educação, especialmente às avaliações das escolas;

4

Defender a valorização dos profissionais do ensino;

5

Mobilizar a sociedade para participar ativamente no processo educacional, estimulando os pais a se tornarem agentes fiscalizadores da qualidade da aprendizagem;

6

Destacar e premiar iniciativas inovadoras e positivas de ensino, para que sirvam como referência de qualificação.



SEGUNDO ANO DA BANDEIRA DE EDUCAÇÃO: “O AMOR É A MELHOR HERANÇA. EDUCAÇÃO PARA AS CRIANÇAS.”

Em função da relevância do tema, da repercussão da primeira fase da campanha junto à comunidade e da manutenção do foco do Investimento Social Privado da empresa, o Grupo RBS decidiu dar continuidade à bandeira da educação em 2013.

RETOMADA DOS MONSTRINHOS

“O AMOR É A MELHOR HERANÇA. CUIDE DAS CRIANÇAS”

Com o objetivo de aproximar ainda mais a campanha das comunidades e dirigir o foco para o público infantil, a estratégia para retomada do projeto em 2013 foi resgatar um case de sucesso de 2003: “O amor é a melhor herança. Cuide das crianças”.

Case de sucesso em 2003:
campanha de maior *recall*
da RBS junto ao público

Campanha de educação
mais leve, objetiva e pop em 2013,
mas sem perder a consistência

Maior aproximação da campanha
com as comunidades

Maior foco no público escolar –
crianças e adolescentes



BANDEIRA 2013

Três pilares de mobilização:

Editorial

Matérias em todos os veículos do Grupo RBS, com o selo e os personagens da campanha`

Publicitário

Campanha em todas as mídias do Grupo RBS:

- Anúncios
- VTs
- Spots
- Peças web
- Materiais para engajamento (adesivos, camisetas, entre outros)

Institucional

Ações de mobilização junto ao poder público e às comunidades:

- JA de lançamento
- *Roadshows* institucionais
- Eventos em escolas
- Ações junto à comunidade
- Distribuição de materiais
- Divulgação e ações em redes sociais
- Site especial do projeto:
www.monstrinhosrbs.com.br

O PILAR PUBLICITÁRIO

Monstrinhos 2003



O PILAR PUBLICITÁRIO

Monstrinhos 2013



Os Monstrinhos mantiveram suas personalidades, mas foram repaginados: passaram a ser 3D, com um visual mais moderno e receberam um novo jingle, semelhante ao de 2003, porém com a letra focada em educação. A campanha contou com peças para jornal, TV, rádio e internet.

O PILAR PUBLICITÁRIO



Anúncios

235 anúncios
veiculados em jornal

Mais de
17mil

inserções
de rádio

O PILAR PUBLICITÁRIO



Filmes



Mais de
10 mil inserções
na TV

19,6 milhões
de impressões de peças digitais

O PILAR EDITORIAL DE 2013

Os Monstrinhos foram porta-vozes de importantes temas relacionados à educação, que deram alinhamento e consistência ao projeto.

Mês	Monstro	Tema	Conteúdo
11/6	Todos (Lançamento)	Educação para as crianças	Só teremos o país desenvolvido que se sonha quando todas as crianças estudarem e aprenderem. A educação é importante porque faz a economia do país crescer.
21/07	Bicho-Papão	Toda criança na escola*	Todas as crianças e os jovens de quatro a 17 anos devem estar na escola até 2016. Isso é fundamental para o desenvolvimento sustentado do país.
1/9	Mula Sem Cabeça	Papel dos pais na educação	A presença dos pais é decisiva no desempenho dos filhos. Além de acompanhar a rotina de estudos em casa, é preciso ter um diálogo com a instituição de ensino e acompanhar a qualidade do aprendizado.
5/10	Boi da Cara Preta	Importância dos professores e do espaço escolar*	É fundamental destacar o papel da escola como centro de saber e espaço para o desenvolvimento, bem como valorizar e qualificar um dos principais pilares do ensino: o professor. Deve-se estimular a criação de mecanismos para tornar a carreira do magistério um objeto de desejo da juventude.
3/11	Bruxa Malvada	Educação compromisso de todos (sociedade)*	A educação é um compromisso de cada um. A sociedade deve estar mobilizada para participar do processo educacional, estimulando os pais a se tornarem agentes fiscalizadores da qualidade da aprendizagem, assim como o aperfeiçoamento da gestão e da governança da educação no Brasil.

* Temas embasados nas metas do Todos Pela Educação.

O PILAR EDITORIAL

38 Geral

ZERO HORA, QUARTA-FEIRA, 12 DE JUNHO DE 2013

MONSTRINHOS DE VOLTA Convite para cuidar da educação

Segunda fase da campanha sobre o tema, do Grupo RBS e da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, foi apresentada na TV



Simpático e imponente, o Bicho-Papão entrou no estúdio do Jornal do Almoço, da RBS TV, causando emoção na plateia.

Acomodados em puffes, cerca de 20 crianças de seis escolas da Capital, acompanhadas de seus pais e professores, foram ao público que assistiu, então, ao lançamento da segunda fase da campanha A Educação Enfreia a Corrupção promovida pelo Grupo RBS e pela Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho.

Desta vez, os protagonistas serão os Monstrinhos lançados na campanha Cade das Crianças. Com visual remodelado e animados em 3D, além da estreia que estava prevista, a Mula Torre Calaca, o Diabo, a Bruxa e o Bê da Cara Preta, acompanhados dos filhotes, devem estimular o debate e dar visibilidade à situação que ocorre à qualidade da Educação Básica no país.

Durante a programação, foi exibido o vídeo da campanha de 2003, quando levou em 70 anos a melhor herança. Cade das crianças, e também ocorreu a primeira transmissão oficial da nova campanha. Depois, 10 anos depois, a última fase foi substituída por Educação para as crianças.

Maria Augusta Silva, 47 anos, mãe de Maria Eduarda, filha de Lucinda, 10 anos, para conhecer os monstros.

Admitem que da hora meio Nana, os pais não sabem mais o que é uma criança.

— Eu não sei — disse a menina, que achou o Bicho-Papão muito simpático.

Para Nelson Sirotsky, presidente do Conselho de Administração do Grupo RBS, a grande desafio é manter vivo o foco da sociedade para o aperfeiçoamento da educação.

A utilização dos personagens Monstrinhos, que foram muito felizes há 10 anos, ocorre em um momento importante para se refletir da participação, sobretudo, das crianças. Nossa expectativa é de que elas se engajem nesta via de conscientização da importância da educação de qualidade.

O presidente-executivo do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Malvar, afirma que, com uma educação de qualidade, não é possível ter uma sociedade livre e saudável.

É importante que tenhamos a condição de mobilizar, que os pais compreendam o seu papel, que os alunos entendam a importância da ação e que os professores e os acompanhantes participem. Isso é um tema de tanta importância, que não é possível não se preocupar, precisamos entender.



Bicho-Papão esteve no "Jornal do Almoço" representando os personagens da Iniciativa e divertiu crianças presentes no programa

ANGELA RAVAZZOLO
Editora de Educação

Preferência nacional

Nos últimos anos, o Brasil conquistou uma posição respeitável no cenário econômico mundial e também registrou avanços no campo educacional, como o aumento de estudantes matriculados em escolas públicas de todo o país.

Apesar disso, a educação ainda não é uma prioridade nacional, uma verdadeira prioridade (O Congresso, por exemplo, ainda não conseguiu aprovar o Plano Nacional de Educação, que estabelece 20 metas para qualificar os níveis de ensino no próximo decênio. No mesmo período, a educação é o assunto de maior importância para os brasileiros, segundo o último levantamento de uma pesquisa Ibope).

Resolter essa demanda de qualidade depende do poder público, mas também precisa se envolver com a sociedade nacional, com pais acompanhando de perto o cotidiano escolar, professores qualificados e voluntários engajados dedicados.

Os monstros vão ajudar os pais a entender a importância da educação. Isso é um tema de tanta importância, que não é possível não se preocupar, precisamos entender.

É importante que tenhamos a condição de mobilizar, que os pais compreendam o seu papel, que os alunos entendam a importância da ação e que os professores e os acompanhantes participem. Isso é um tema de tanta importância, que não é possível não se preocupar, precisamos entender.

É importante que tenhamos a condição de mobilizar, que os pais compreendam o seu papel, que os alunos entendam a importância da ação e que os professores e os acompanhantes participem. Isso é um tema de tanta importância, que não é possível não se preocupar, precisamos entender.

PRISCILA CRUZ

diretora executiva do movimento Todos Pela Educação

A utilização de personagens famosos, que já fazem parte do imaginário das pessoas, para aproximar das famílias os temas relacionados à educação, é uma postura bastante positiva dentro desse eixo da campanha do Grupo RBS. Acredito que, para mobilizar e engajar todos pela melhoria da qualidade da educação, é importante que cada um tenha a oportunidade de quando essa questão é fundamental no seu dia a dia, para o seu futuro e o de seus filhos.

JOSE CLOVIS DE AZEVEDO

presidente do Conselho de Administração do Grupo RBS

A programação da RBS com a Educação é positiva. No entanto, a peça publicitária pode gerar associações negativas. Se os diálogos resultarem em estas associações, como o grande engajamento que o setor público empresarial hoje para a melhoria da educação e o desafio que milhares de professores, que, mesmo em condições adversas, não param de ensinar, ensinar e ensinar, para educar as crianças e adolescentes do Rio Grande do Sul, talvez a campanha fosse mais ao encontro das preocupações da RBS.

FERNANDO BECKER

secretário de Estado da Educação do Rio Grande do Sul

Conseguir se conectar com o mundo adulto, falando para as crianças, é um desafio. Os pais são os maiores aliados, a vida da criança está cheia de monstros, como Freud identifica no passado. Na verdade, são pessoas adultas e adultos monstros. Falar para as crianças através desses monstros com muito colorido, inventividade, ironia e musicalidade é a linguagem certa.

A CAMPANHA NA INTERNET

O que você encontra nos sites

• Em www.monstrinhos.com.br, você encontrará as matérias sobre a campanha de educação do Grupo RBS. Veja a que você pode ter acesso.

PARA DOWNLOAD

• O que você pode obter:

• Jogos;

• Filmes;

• O vídeo completo da campanha de 2003 e também o vídeo da campanha de 2013, quando teve o tema "Cade das Crianças". Além disso, há o jogo "O ano e a melhor herança: Educação para as crianças".

• As imagens dos monstros também estão disponíveis. Você pode baixar o desenho e colorir os personagens de sua preferência.

• Tudo é gratuito.

REDES SOCIAIS

• Os monstros têm perfil no Facebook e estão no Twitter, enviando a mensagem para quem quiser e o vídeo mais jovem. Veja aqui: www.facebook.com/monstrinhos e twitter.com/monstrinhos

ATIVIDADES

• A campanha também contempla ações de engajamento com comunidades, autoridades, além de eventos em suas regiões, como Dia das Crianças e Dia das Crianças.

1.579

matérias sobre Educação foram veiculadas em todos os veículos da RBS.

491 matérias em jornais

123 matérias nas rádios

965 matérias estaduais e locais em TV

14 participações dos Monstrinhos no Jornal do Almoço da RBS TV

63 reportagens de outros veículos abordando o projeto



O PILAR INSTITUCIONAL

Mais de **85** ações de mobilização e engajamento junto às comunidades do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina impactaram aproximadamente **63.175** pessoas diretamente e **2.265.926** pessoas indiretamente.

Ações:

- Eventos em escolas
- Ações com a comunidade
- Distribuição de materiais
- Presença dos Monstrinhos
- Parcerias institucionais
- Ações em datas comemorativas
(Dia das Crianças, Dia dos Professores,
Semana Farroupilha)





Dia das Crianças na Redenção – Porto Alegre



Maratona de Porto Alegre



Engajamento de artistas (Victor e Leo) – Chapecó



Feira do Livro de Criciúma



Blitz no Gasômetro – Porto Alegre

Alguns números:
130 solicitações de visitas dos Monstrinhos em 2013
7 solicitações para 2014
70 municípios atingidos
2.265.926 pessoas impactadas
63.175 interações com os Monstrinhos
50 mil adesivos distribuídos
15 mil desenhos para colorir



Ação na Arena
do Grêmio –
Porto Alegre



TEDx Unisinos –
Porto Alegre



Aulão no
Universitário – Porto
Alegre



Semana Farroupilha –
Piquete Grupo RBS –
Porto Alegre



Dia da Criança na
EFAPI (Chapecó)



Festival de Dança de
Itaguaçu

12.310 alunos e
43 escolas impactados
diretamente em ações da
Bandeira
64 oficinas realizadas
250 voluntários engajados
59 parceiros envolvidos



Parceria Gang
Lançamento da camiseta do Bicho-Papão,
no Shopping Iguatemi - Porto Alegre



Parceria Gang
Lançamento da camiseta
do Boi da Cara Preta, no
Shopping Praia de Belas
- Porto Alegre



59ª Feira do Livro de POA



Ação Kzuka, Pahl E Detran RS - Porto Alegre

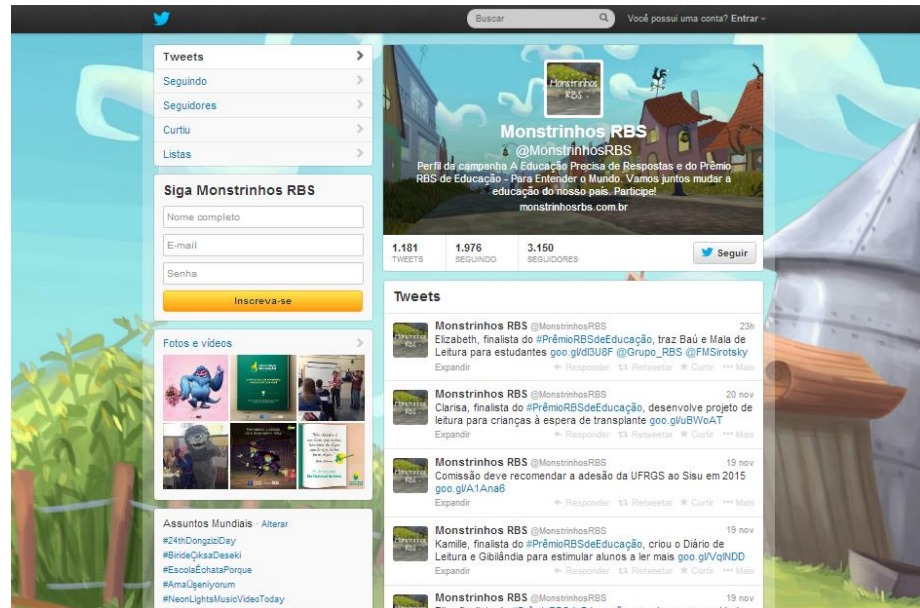


**Parceria Bial do Mercosul -
Recepção às escolas - Porto Alegre**

REDES SOCIAIS

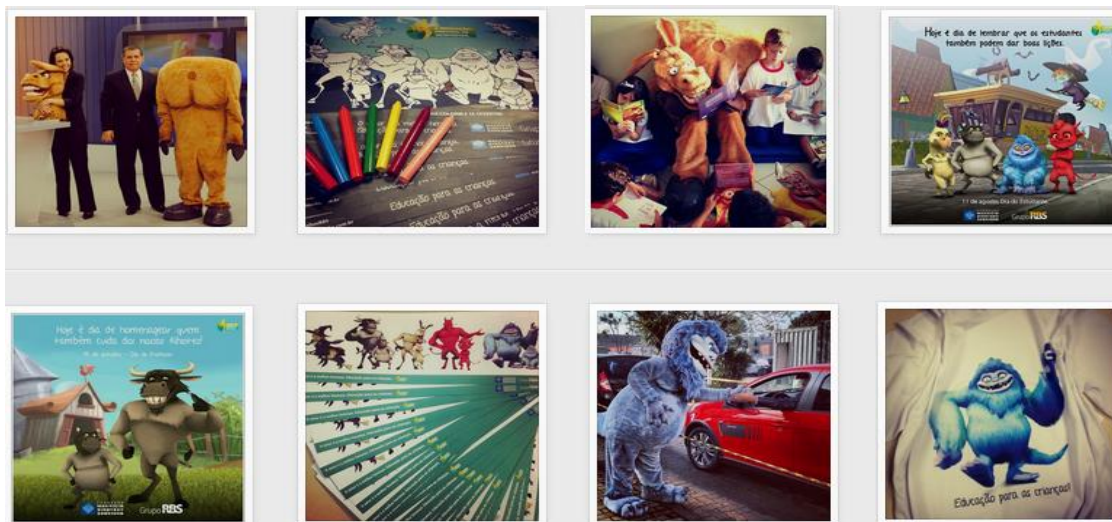


Mais de **34** mil likes, **12** mil compartilhamentos e **4.315** comentários nos posts sobre a bandeira no **Facebook**.



Mais de **3** mil seguidores, **168** menções e **497** tweets sobre a bandeira no **Twitter**.

REDES SOCIAIS



Mais de
1.000 curtidas e
18 comentários em
8 fotos sobre a
bandeira no
Instagram.



Mais de
266 mil
visualizações dos
filmes da bandeira

SITE

MONSTRINHOSRBS.COM.BR

Canal de comunicação com o público, com informações sobre o projeto, notícias, entrevistas, artigos, materiais para download e interatividade, como jingle da campanha, desenhos para colorir e jogos educativos.

105.605 visitas

56.144 visitantes únicos

238.879 páginas visitadas

4min 50s de duração média de cada visita

780 matérias publicadas no site

35 mensagens publicadas no "Fala, Professor!"



The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a banner with the text "Pai responsável faz como eu: sabe de cabeça o que acontece na escola dos filhos." and a mouse cursor icon. Below the banner is a row of cartoon monsters. To the right of the monsters is a yellow hand icon pointing up with the text "A EDUCAÇÃO PRECISA DE RESPOSTAS." Below this is a navigation bar with links: "O projeto", "Downloads", "Entrevistas", "Fala, professor!", "Fanpage Monstrinhos", "Notícias", and "Prêmio RBS de Educação". The main content area features a photo of a woman (Verena) sitting on a bench with two children, with the caption "Em uma Kombi, Verena leva livros a escolas que muitas vezes não têm biblioteca. Biblioteca Ambulante funciona em uma Kombi e mensalmente visita as escolas de campo de". Below this is a green bar with the text "Conheça os finalistas do Prêmio RBS de Educação - Para Entender o Mundo". At the bottom, there are two featured articles: "Cristiane Fuzer" with a photo of a woman holding a book, and "Renata Chiminski" with a photo of a woman performing on stage. The right sidebar contains the logos for "Grupo RBS", "FUNDAÇÃO MAURICIO SIROTSKY SOBRINHO", and "PRÊMIO RBS DE EDUCAÇÃO PARA ENTENDER O MUNDO".



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

- 1) Moção de reconhecimento pela Câmara de Vereadores de Santa Maria
- 2) Moção de reconhecimento pela Câmara Legislativa de Itajaí
- 3) Moção de reconhecimento pela Câmara de Vereadores de Lages



A TRANSFORMAÇÃO POR MEIO DA EDUCAÇÃO

Apenas a mobilização coletiva pode trazer soluções para o problema da educação no país. A bandeira de educação é reflexo do comprometimento do Grupo RBS e da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho com um de seus principais valores: **o desenvolvimento coletivo na busca de soluções para as necessidades das comunidades em que atuam.**

A Bandeira de Educação "A Educação Precisa de Respostas" busca ampliar o debate sobre a educação, mobilizando e instrumentalizando cada um de nós para que todos sejamos agentes da transformação no ensino do país e estimulando a construção de uma sociedade mais justa e democrática.



BANDEIRA INSTITUCIONAL DE EDUCAÇÃO DO GRUPO RBS

A SOCIEDADE MOBILIZADA PELA MELHORIA DA EDUCAÇÃO BÁSICA



Grupo **RBS**

