

UMA **COLETIVA**  
DE **IMPRENSA**  
QUE MOLDOU



O **MAIOR**  
**FESTIVAL**

DE **MÚSICA**  
DE SÃO PAULO

# A GERDAU

De uma fábrica de pregos à posição de maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo e com presença em 9 países. Já são 36 mil colaboradores diretos e indiretos em todas as operações da Gerdau. E no Brasil, a companhia também produz aços e minério de ferro para consumo próprio. Além disso, tem uma divisão de novos negócios, a Gerdau Next, com o objetivo de empreender em segmentos adjacentes ao aço.

## MOLDANDO UMA PODEROSA ECONOMIA CIRCULAR

**Que envolve + de 1 milhão de catadores e cooperativas no processo de reciclagem**

A Gerdau se especializou em uma matriz de produção baseada na economia circular, que tem a reciclagem de sucata ferrosa como a principal matéria-prima e o uso de carvão vegetal de florestas plantadas. Com isso, a companhia passou a ser a maior recicladora de sucata ferrosa na América Latina, com 11 milhões de toneladas desse material sendo reaproveitado anualmente. Cerca de 71% do aço produzido nas usinas da Gerdau utiliza essa matéria-prima, e cada tonelada de aço feita dessa forma deixa de emitir 1,5 tonelada de gases causadores de efeito estufa. Além disso, a companhia reaproveita cerca de 98% da água usada em seus processos industriais e 78% de todos os resíduos gerados.

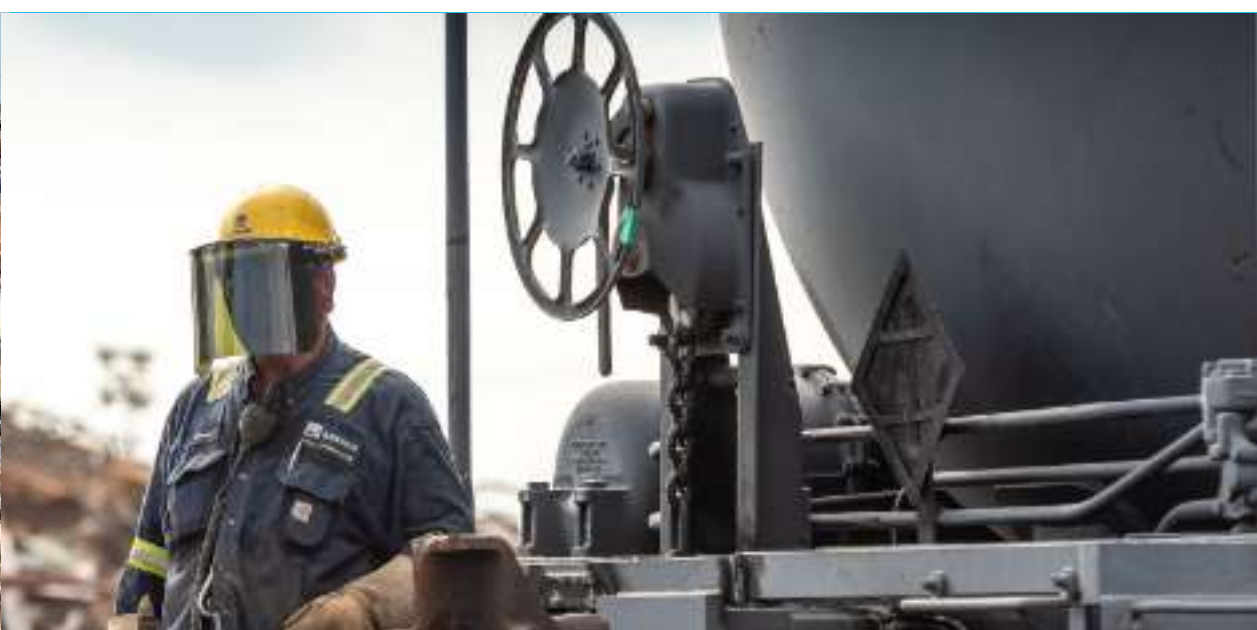


## Um ponto fora da curva no setor de mineração e siderurgia

Hoje, a Gerdau tem uma das menores médias de emissão de gases de efeito estufa (CO<sub>2</sub>e), de 0,89 t de CO<sub>2</sub>e por tonelada de aço, o que representa aproximadamente a metade da média global do setor, de 1,91 t de CO<sub>2</sub> e por tonelada de aço, de acordo com dados da Associação Mundial do Aço (Worldsteel).

## Mas a Gerdau quer ir além!

A empresa tem uma meta arrojada de reduzir em 10% as emissões até 2031 e ser carbono neutro até 2050. Para fortalecer a trajetória e alcançar esse objetivo, em 2020, foi decidido que 20% dos bônus de longo prazo dos executivos da empresa devem ser atrelados a metas ESG, alinhando os interesses de seus diretores aos da companhia.



# UM (GRANDE) DESAFIO NO CAMINHO

Entretanto, mesmo com as iniciativas ambientais extremamente diferenciadas, a Gerdau enfrentava dificuldades para desassociar sua imagem da difícil reputação da mineração e siderurgia no Brasil, considerada a sexta pior entre 24 segmentos, segundo o estudo Reputation Institute de 2020, e responsável por quase 10% da pegada de carbono global, de acordo com dados da World Steel Association. A fama de poluir e devastar o meio ambiente foi fomentada após as tragédias ocorridas em Mariana (2015) e Brumadinho (2019), ambas cidades localizadas no estado brasileiro com maior produção de minério e aço, Minas Gerais, e que tiveram grande visibilidade mundial, impactando desde o interesse de investidores até a atração de jovens talentos.



Para se desvincular dessa imagem e consolidar sua reputação como empresa sustentável, moderna e inclusiva, a Gerdau vem passando por uma grande transformação, buscando fazer parte das soluções aos desafios da sociedade e se consolidar como uma love brand da indústria brasileira.

# A FÓRMULA DA GERDAU PARA DAR **PROTAGONISMO** AO AÇO E ROMPER COM A IMAGEM NEGATIVA DO SETOR

A estratégia desenvolvida em busca de humanizar o setor de aço e descomoditizar a imagem da companhia no setor foi se aliar a eventos de entretenimento, como grandes festivais de música e festas populares, gerando conexões com o público e mostrando um outro lado do aço através de boas histórias da economia circular que a companhia movimenta. Por isso, a Gerdau, em 2022, fez uma parceria com o Rock in Rio e, em 2023, desembarcou no carnaval de Salvador para reformar o trio da cantora Ivete Sangalo com aço reciclável. Mas a companhia queria ir além e decidiu moldar um novo marco. Desta vez, em São Paulo, uma cidade com a qual a Gerdau tem uma longa história.

## OBJETIVOS

- Desvincular a Gerdau da imagem negativa comumente associada aos setores de mineração e siderúrgico no Brasil e fortalecer a reputação positiva
- Reforçar as mensagens de uma empresa centenária, mas inovadora, sustentável, inclusiva e em constante evolução
- Atrair jovens talentos para a Gerdau, que desejam trabalhar numa empresa moderna, diversa e flexível
- Tornar o aço um elemento admirável
- Falar sobre o aço de baixo carbono produzido pela empresa e a economia circular do aço
- Atrair as comunidades nos estados e regiões onde a Gerdau tem unidades
- Promover iniciativas sociais, melhorando a qualidade de vida de comunidades da cidade de São Paulo
- Criar experiências diferenciadas no festival para contar a história do aço



# THE TOWN CHEGA A SÃO PAULO

A Rock World, empresa dos mesmos criadores do Rock in Rio, decidiu criar um festival nos moldes do carioca, só que agora em terras paulistas, e também com um line-up com grandes nomes da música brasileira e mundial.

Após o enorme sucesso da companhia em sua parceria com o Rock in Rio Brasil 2022, em que esteve presente fornecendo o aço oficial do festival, moldando o maior palco de sua história, a empresa estabeleceu um novo compromisso com a Rock World, organizadora do evento.

Assim, a Gerdau se tornou patrocinadora do The Town, o mais novo festival de música, arte e cultura, que estreia em setembro, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo.

**330 toneladas de aço Gerdau 100% reciclável (o equivalente a mais de 400 carros populares) serão usadas para moldar estruturas fixas e temporárias, incluindo equipamentos de entretenimento e fundação de edificações e infraestrutura do autódromo, deixando um enorme legado para São Paulo.**

A escolha da Gerdau como parceira do The Town leva em conta aspectos de sustentabilidade e inovação. O aço que moldará o novo festival, em São Paulo, resulta de um processo que também engloba a reciclagem de sucata ferrosa, que envolve mais de um milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas. A reciclagem, baseada no conceito da economia circular, tem efeitos positivos na mitigação das mudanças climáticas: poupa recursos naturais, reduz o consumo de energia e a emissão de gases de efeito estufa.

Confira o [vídeo](#) institucional da Gerdau no The Town



# MOLDANDO (MAIS UMA VEZ) UM NOVO MODELO DE COLETIVA

Uma boa história fica mais incrível dependendo do jeito que é contada. Sabendo bem disso, não adiantava falar sobre o The Town com uma simples exclusiva ou com embargo de alguns veículos. No ano passado, a companhia criou um modelo de coletiva icônico para anunciar a parceria com o Rock in Rio, que foi um sucesso. Mas exatamente por isso, o anúncio com o novo festival de São Paulo ficou ainda mais desafiador.

## OBJETIVOS DA COLETIVA

- Era preciso criar algo potente, marcante, diferente do que já foi feito e que fizesse a empresa ganhar protagonismo e sair na frente dos demais patrocinadores, que são de empresas D2C
- Atrair jornalistas para uma coletiva presencial, sabendo que as redações estão cada vez mais enxutas. E não bastava alguns. Era preciso ter realmente uma forte presença da imprensa para fazer a diferença
- Ir além da sustentabilidade, trabalhando fortemente mais uma mensagem essencial para a Gerdau: a inclusão social
- Fazer a coletiva num lugar igualmente icônico e com a cara de São Paulo

## A ESCOLHA DO LOCAL DA COLETIVA

O evento foi organizado no Pérgola, que é um espaço contemporâneo e único, e com janelas que proporcionam uma vista de tirar o fôlego do panorama urbano paulista. São dois salões que, juntos, têm mais de 800 m<sup>2</sup>, e que permitiam fazer a divisão necessária, entre o espaço para a coletiva e o local onde foi servido o café e o almoço. No local, o camarim tem acesso privativo, o que era fundamental para receber a cantora IZA, presença marcante do evento.





## UM GRANDE ANÚNCIO EM UM EVENTO ICÔNICO

A Gerda construiu mais do que uma coletiva. 96 dias antes do começo do The Town, a companhia fez um grande evento do começo da manhã ao início da tarde do dia 30 de maio. A empresa ofereceu um combo de informações e entretenimento, em um cenário com a cara de um festival de música. O encontro reuniu no palco:

- CEO da Gerda
- CEO da Rock World
- Vice-presidente executiva do Rock in Rio
- CEO da ONG Gerando Falcões
- A cantora IZA
- Orquestra da Sucata

Durante a coletiva presencial com jornalistas, influenciadores e convidados, e com transmissão ao vivo pelo TikTok e Instagram da companhia, os CEOs da Gerda e da Rock World revelaram os detalhes da parceria. E a Gerda teve a oportunidade de trabalhar a narrativa que vem construindo para fortalecer a imagem e reputação de uma empresa sustentável, inclusiva e inovadora.

“

"Estamos orgulhosos em levar o aço Gerdau 100% para o maior festival de música, cultura e arte da história de São Paulo, reforçando o nosso compromisso em construir um futuro ainda mais sustentável e impactar positivamente as regiões em que atuamos. O mesmo aço que tem um papel essencial na geração de empregos e renda e faz parte das soluções aos desafios de construção, mobilidade e sustentabilidade do mundo também estará presente em um dos espaços mais simbólicos da capital paulista, o Autódromo de Interlagos."

**GUSTAVO WERNECK**, CEO DA GERDAU

“

“Para o The Town, essa é uma parceria que vai além da música. É uma conexão por um mundo melhor. E ela começa muito antes do festival acontecer. Dentro da Cidade da Música, a parceria da Gerdau será fundamental para nós com o fornecimento de 330 toneladas de aço reciclável que serão usadas em diversas estruturas que vão compor todo o espaço. Estamos muito felizes e honrados de estarmos construindo um projeto mágico com a Gerdau – um parceiro que sonha junto com a gente e está conectado ao nosso propósito – para o maior festival que São Paulo já recebeu.”

**LUIS JUSTO**, CEO DA ROCK WORLD

A cantora Iza, que vai ser uma das estrelas do The Town, foi a grande atração da coletiva e sua presença foi um fator decisivo para atrair jornalistas.

Durante a coletiva, IZA foi anunciada como embaixadora do tema sustentabilidade da Gerdau para o The Town. Ao falar dos mais de 1 milhão de catadores, catadoras e outros atores que participam da cadeia de reciclagem de aço da Gerdau, a cantora declarou:

“Fico feliz em me unir à **Gerdau** em uma iniciativa com essa grandiosidade e esse potencial de impacto. A música já me levou a lugares muito especiais. E hoje, a partir deste projeto, estou realizando mais um sonho: representar o esforço e a **dedicação de brasileiros** tão especiais que, por meio de seu trabalho, traduzem o conceito de **sustentabilidade na prática.**”

Convite enviado para os jornalistas

COLETIVA DE IMPRENSA

IZA

GERDAU  
O futuro se molda

THE TOWN  
SÃO PAULO

CONVIDAM

**Caro (a) jornalista,**

a Gerdau e a cantora IZA têm a satisfação de convidá-lo (a) para a coletiva de imprensa que irá detalhar as iniciativas envolvendo mais uma parceria inédita entre a maior empresa brasileira produtora de aço e o The Town, o maior festival de música, cultura e arte de São Paulo. A Gerdau é o aço oficial do The Town 2023 e parceira de sustentabilidade do The Town e, junto à representantes do festival e da artista e da Gerando Falcões, apresentará as novidades sobre essa união de propósitos na ocasião, que deixará um legado para a sociedade.

A coletiva contará com a participação da cantora IZA – que também fará um pocket show – e de executivos da Gerdau, do The Town e da Gerando Falcões, que ficarão à disposição da imprensa para detalhar as novidades.

▶ AGENDA

30/05 - 10h

ONDE: **Pérgola** - Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - 8º andar - Brooklin / São Paulo

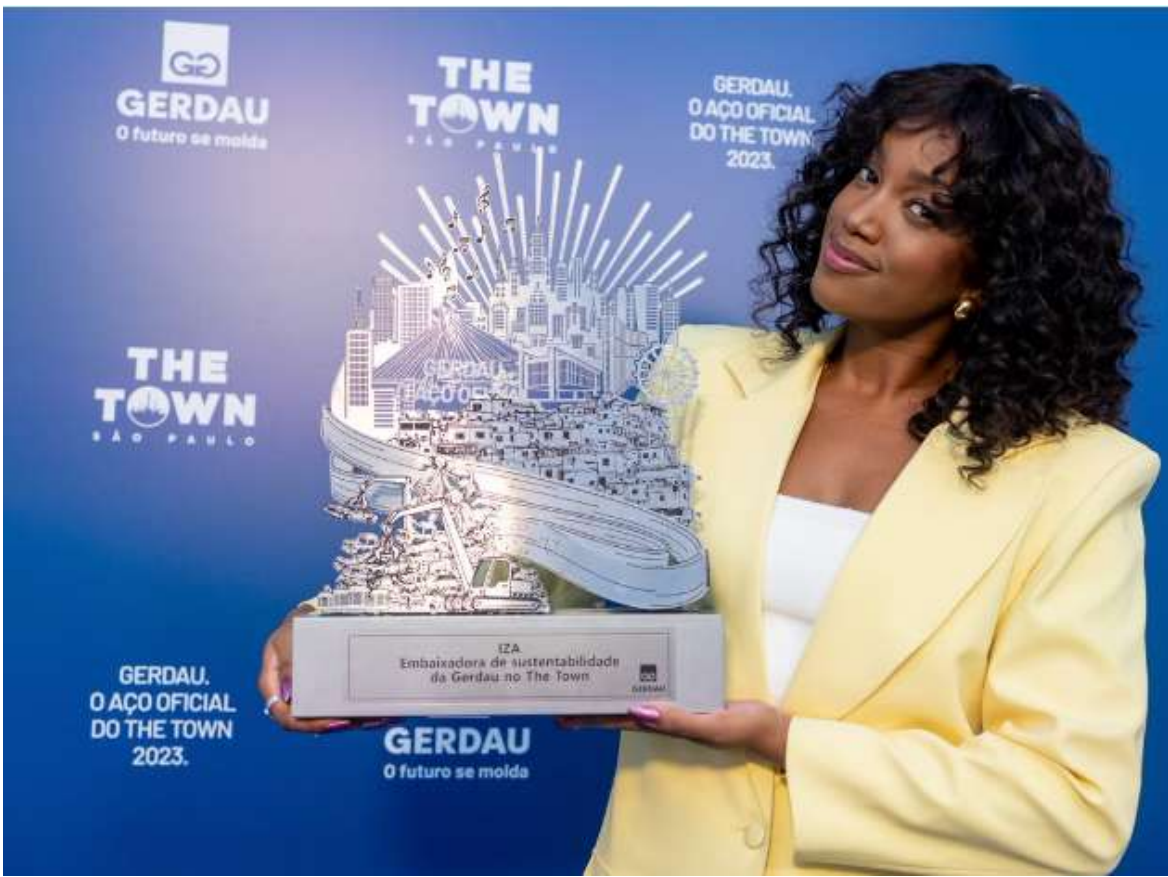
Brunch será servido ao fim do evento

Confirme sua presença enviando seu nome, veículo e contato para FSB Comunicação no e-mail [gerdau@fsb.com.br](mailto:gerdau@fsb.com.br)

Contamos com a sua presença



Siga a Gerdau nas redes sociais:       



IZA recebe uma placa para simbolizar seu papel de embaixadora de sustentabilidade da Gerdau no The Town

No final da coletiva, a cantora fez um **pocket show** que movimentou a plateia. Confira o [vídeo](#).

A Gerdau elaborou outro convite para IZA. Ela abriu mão de tocar com seus próprios músicos para ser acompanhada pela **Orquestra da Sucata**, um projeto social apoiado pela Gerdau, que, desde 2015, une música e reciclagem e que também ganhou projeção com a coletiva.

“Cada vez mais nos palcos, a gente vê músicos que criaram seus instrumentos a partir de sucata. Então, o aço está presente na vida de todos nós no dia a dia. A gente vai dar visibilidade às possibilidades de aço que pouca gente conhece.”

**GUSTAVO WERNECK**, CEO DA GERDAU, EM ENTREVISTA PARA A [TV BANDEIRANTES](#).

Com instrumentos feitos de sucata e materiais recicláveis, a presença da Orquestra reforçou, para a imprensa, as mensagens que a Gerdau queria trabalhar na coletiva, sem contar que humanizou o discurso através do depoimento dos jovens músicos e de suas histórias de vida.

“A gente se utiliza da música como ponte, como ferramenta para chegar de uma forma lúdica, divertida, trabalhando com arte e cultura e chegar até as crianças, jovens e adolescentes, todos os públicos, o tema da reciclagem.”

**ROSA ALICE NOAL**, PERCUSSIONISTA, TAMBÉM EM ENTREVISTA À [BAND](#).



PERCUSSIONISTA DA ORQUESTRA DA SUCATA



IZA COM A ORQUESTRA DA SUCATA NO PALCO DA COLETIVA



IZA CUMPRIMENTA OS MÚSICOS DA ORQUESTRA DA SUCATA NO FINAL DO SHOW



É uma cantora e compositora brasileira que se destaca como uma das principais vozes do cenário musical atual. Nascida em 3 de setembro de 1989, no Rio de Janeiro, ela desenvolveu seu amor pela música desde cedo, influenciada por diversos estilos, como o samba, o pop, o R&B e o hip-hop.

Com sua voz poderosa e presença de palco cativante, a nova Embaixadora de Sustentabilidade da Gerdau ganhou destaque nacional com o lançamento do single Pesadão, em 2017, pela Warner Music, com quem assinou contrato em 2016. Em 2018, veio o primeiro álbum, “Dona de Mim”, do qual saíram hits como Ginga e a faixa título, que conquistaram milhões de visualizações nas plataformas digitais e se tornaram verdadeiros hinos da música brasileira contemporânea, para admiradores de todas as idades. Ao longo da carreira, IZA acumulou diversos prêmios e indicações, incluindo o Grammy Latino, Prêmio Multishow e o MTV Europe Music Awards.

Mas além de seu talento musical, IZA também é conhecida por sua postura inspiradora e engajada. Ela é uma voz ativa na luta contra o preconceito, a discriminação racial e o machismo, defendendo a diversidade e a igualdade em suas letras e posicionamentos. Sua atuação como ícone da representatividade negra e feminina tem impactado positivamente milhares de fãs em todo o país.

## Fortalecendo a imagem de uma empresa que estimula a inclusão social

A Gerdau também anunciou, na coletiva, uma nova fase da parceria com a ONG Gerando Falcões, com o **lançamento do primeiro produto social da companhia**, um chaveiro produzido a partir de aço Gerdau 100% reciclável, que representa a Favela do Haiti, localizada na Zona Sudeste de São Paulo. Toda a renda gerada a partir da sua venda, durante o The Town, será revertida para projetos de desenvolvimento da comunidade através do Favela 3D, iniciativa da ONG, que tem como prioridade levar dignidade, digitalização e desenvolvimento às favelas do Brasil.

“Estamos muito felizes em contribuir com um projeto que impactará de forma transversal e positiva a vida de 290 famílias que moram na Favela do Haiti, o que reforça o compromisso da Gerdau de ser parte das soluções aos desafios da sociedade, como a questão da habitação, que é um dos pilares estratégicos da nossa atuação social.”

**GUSTAVO WERNECK**, CEO DA GERDAU



O **produto social** ganhou ainda mais visibilidade com IZA após a coletiva

Ampliando o estímulo à geração de renda na Favela do Haiti, a Gerdau distribuiu, no final da coletiva, um biscoito de polvilho, que é produzido por uma pequena empresa familiar da própria comunidade para todos os presentes.



Os jornalistas também ganharam um press kit com uma ecobag e um caderno com imagens do The Town.

Para ampliar a aproximação com os jornalistas, influenciadores e convidados presentes, a Gerdau ofereceu coffee break e almoço, em um espaço extremamente agradável para interação.



# A ESTRATÉGIA COM A IMPRENSA

A Gerdau fechou duas matérias com embargo para o dia da coletiva com Pedro Torres, diretor de Comunicação e Relações Institucionais da Gerdau como porta-voz, com um spoiler do que seria anunciado.

- Valor Econômico: com foco na sustentabilidade e inclusão social por trás da parceria com The Town e Gerando Falcões.
- Meio & Mensagem: centrada na atuação da Gerdau no festival, na estratégia por trás da parceria e, principalmente, na conquista da IZA como embaixadora de sustentabilidade (a matéria entrou no momento que a coletiva começou)

Com uma coletiva pautada em uma narrativa extremamente rica e que envolvia mais de um tema, além do grande assunto central que era a parceria com o mais novo festival de São Paulo, o time de comunicação trabalhou um amplo mailing de jornalistas de diversas editorias e veículos: ESG, negócios, economia, marketing, geral, até entretenimento e cultura, que não são tradicionais para uma indústria B2B do setor de mineração. Além dos jornalistas que residem em São Paulo, trouxemos uma parcela considerável

da imprensa de Minas Gerais e repórteres do Rio Grande do Sul, dois estados muito importantes para a companhia. Fora o grande volume de jornalistas presentes, criamos salas separadas (e adesivadas) para entrevistas mais reservadas com a IZA, o CEO da Gerdau e com o diretor de Comunicação e Relações Institucionais da companhia. A Gerdau fez a seleção antes da coletiva, mas a procura foi tanta que tivemos que ampliar o número de veículos atendidos na hora.



ENTREVISTA DE GUSTAVO WERNECK PARA O MULTISHOW



ENTREVISTA DA IZA PARA A REDE TV!



ENTREVISTA DE PEDRO TORRES PARA UM GRUPO DE JORNALISTAS

Na coletiva, também colocamos um cenário instagramável que foi perfeito para registrar o momento e também para gravar entrevistas e as passagens dos repórteres de televisão, amplificando a imagem do símbolo do festival.



ENTREVISTA DE GUSTAVO WERNECK PARA A TV GLOBO



ENTREVISTA DE PEDRO TORRES PARA A TV BANDEIRANTES



REPÓRTER DA JOVEM PAN



REPÓRTER DA TV BANDEIRANTES

# RESULTADOS INCRÍVEIS

## Um golaço atrás do outro

Ao moldar um novo modelo de coletiva, com uma estrutura diferenciada, um grande conjunto de porta-vozes, com um tema central e outros igualmente fortes, **a Gerdau atraiu os jornalistas que queria**, tirando-os das redações e vencendo a disputa com outras pautas factuais. E **fortaleceu a narrativa** de uma empresa inovadora, sustentável, inclusiva e que se propõe a ser parte das soluções para os desafios da sociedade. A **press trip de Minas Gerais também foi um imenso sucesso**, além da Gerdau ter conseguido levar, para a coletiva, os veículos com os quais gostaria de ampliar **relações do Rio Grande do Sul**. As **matérias com embargo** também tiveram ótimos resultados, pois ampliaram a visibilidade das ações, com informações complementares para veículos importantes, como Valor Econômico e Meio & Mensagem, e contribuíram para **levar a narrativa da Gerdau para públicos diversos**.



## Big numbers da coletiva

+de 200

CONVIDADOS

11

INFLUENCIADORES

58

VEÍCULOS DIFERENTES

90

JORNALISTAS

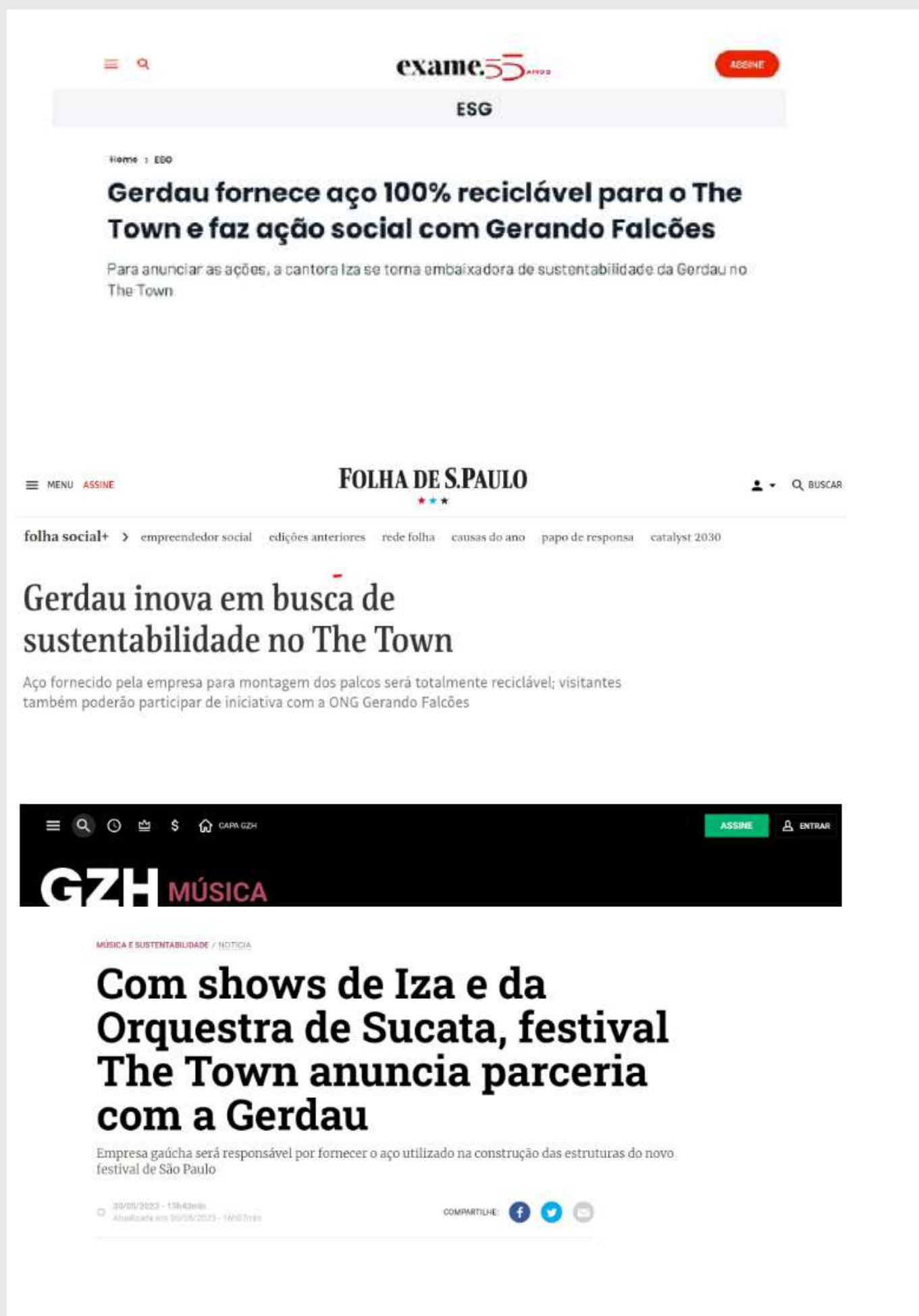
(entre eles, 40 de Minas Gerais +  
2 jornalistas do Rio Grande do Sul)

R\$ 9.179.400

de RETORNO DE MÍDIA

(Agência Estado, Veja, Exame, UOL,  
Forbes, TV Globo, Multishow, TV  
Bandeirantes, Jovem Pan, Alma Preta,  
Revista Raça, Zero Hora, Diário do  
Comércio, Rádio Itatiaia, entre outros)

# MATÉRIAS DESTAQUE



PASSAGEM DA REPÓRTER DA TV GLOBO DURANTE A COLETIVA

Confira matéria da [Band Minas](#)

**THE TOWN**  
S ã o P a u l o

**GO GERDAU**  
O futuro se molda

# RESULTADOS ALÉM DA IMPRENSA: UM PANORAMA DAS REDES SOCIAIS

Com a cobertura tanto da própria Gerdau, quanto de seus influenciadores parceiros e da cantora IZA, a divulgação foi um sucesso, conseguindo destacar os anúncios do dia e dar um start na trajetória da Gerdau como apoiadora do The Town, antes de todas as outras patrocinadoras.

**42  
MILHÕES  
DE PESSOAS**

potencialmente impactadas com publicações da coletiva (somatório das audiências dos perfis que fizeram publicações a respeito do evento)

**39.6  
MILHÕES DE  
PESSOAS**

potencialmente impactadas com publicações de terceiros, como a IZA

**+2.5  
MILHÕES  
DE PESSOAS**

potencialmente impactadas com publicações da Gerdau

**500** novos seguidores nas redes sociais da Gerdau em função da coletiva

**1000** seguidores acompanharam a coletiva ao vivo no TikTok e Instagram da Gerdau

 **30 MENÇÕES:** publicações Instagram

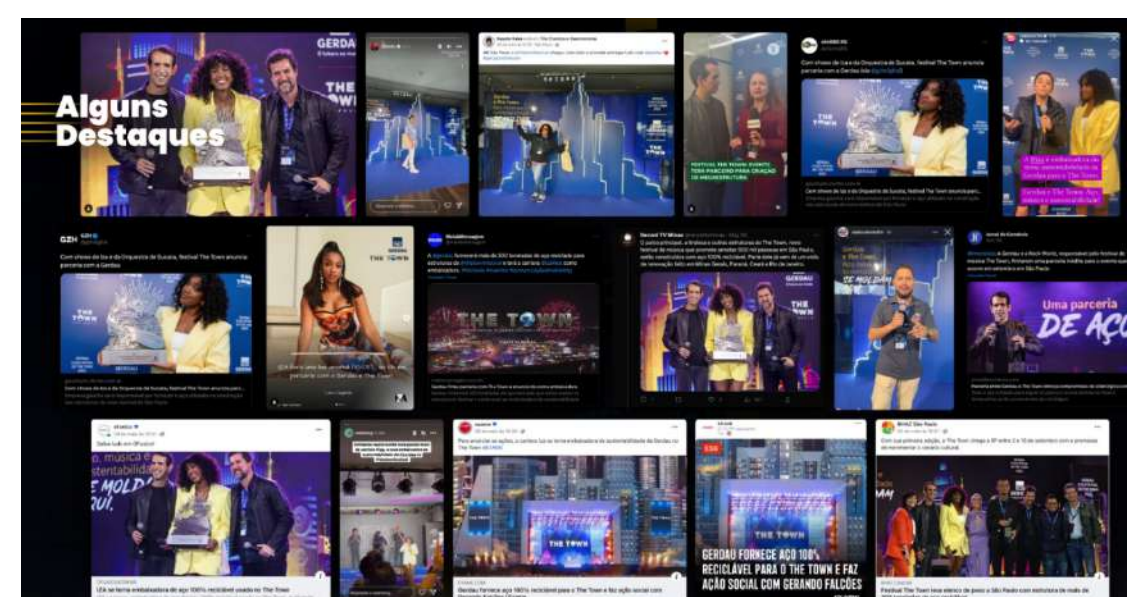
 **160 MENÇÕES:** Stories Instagram

 **16 MENÇÕES:** Twitter

 **18 MENÇÕES:** Facebook

 **15 MENÇÕES:** LinkedIn

 **1 MENÇÃO:** YouTube





REGISTRO DE PARTE DO TIME DE COMUNICAÇÃO APÓS A COLETIVA



E o melhor é que  
tudo isso foi  
só o **começo!**