



PROPOSTA TÉCNICA

[Handwritten signature in red ink]
[Handwritten initials in blue ink]

Av Francisco Matarazzo, 1752 conjunto 2308/2309 - Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05001-200 Tel: 11 3807.6146





EXERCÍCIO CRIATIVO

**“Delegacia Eletrônica - a era digital
na segurança pública e os benefícios
aos cidadãos do Estado de São
Paulo”**

Handwritten signature in red ink and a blue arrow pointing to the right.

3.2.1.1 Raciocínio Básico

A maneira como as administrações públicas passaram a utilizar as tecnologias da informação e comunicação (TICs) e o conceito de e-gov (governo eletrônico), definitivamente, transformou as bases de relação com a população até então estabelecidas. Assim, o crescimento da internet, bem como a disponibilidade dos serviços públicos por meio das páginas e aplicativos digitais, reduziu o clientelismo e a corrupção ao trazer mais transparência e eficiência à máquina pública.

O Governo do Estado de São Paulo foi o primeiro da federação a criar um site¹, em setembro de 2000, ainda durante a gestão Mário Covas, apresentando aos cidadãos todos os serviços disponíveis, uma ação esperada e necessária. Não à toa. Com a maior concentração populacional do Brasil, a digitalização dos serviços públicos traria rapidez, eficiência e praticidade tanto ao poder público quanto à população. Em 2005², 11% de todos os sul-americanos residiam no Estado de São Paulo, que atingia a marca de 40 milhões de moradores – a unidade mais populosa da federação, concentrando 21% da população brasileira.

Com o e-gov foi possível a integração entre funções governamentais, conferindo mais eficiência aos serviços, descomplicando os processos estatais e racionalizando tanto os recursos humanos quanto materiais³. Nesse contexto, a **Secretaria de Segurança Pública de São Paulo (SSP)** enfrentava desafios para aumentar a eficiência, desburocratizar procedimentos e evitar a subnotificação de crimes. Entre 1999 e os primeiros anos da década de 2000, a pasta iniciou uma série de melhorias para reduzir os índices de criminalidade. As principais iniciativas se encaixavam no conceito de e-gov e transparência, como o Infocrim⁴, banco de dados informatizado e ligado em rede, com o objetivo de compartilhar informações entre distritos policiais e companhias da Polícia Militar.

Em janeiro de 2002, embora a Secretaria já divulgasse trimestralmente estatísticas criminais desde 1995, a SSP disponibilizou, em seu portal, uma série histórica de dados para os principais indicadores de criminalidade. Em março de 2011, o Governo do Estado anunciou a divulgação mensal das estatísticas da criminalidade por área, município e unidade policial, no portal da Secretaria e no Diário Oficial do Estado. A **Delegacia Eletrônica (DE)** e o **Boletim Eletrônico de Ocorrência (BEO)** surgem, no início dos anos 2000, nesse contexto e com o objetivo de reduzir as subnotificações. A Delegacia, subordinada ao Departamento de Inteligência da Polícia Civil (Dipol), funciona 24 horas e está disponível para todo o Estado de São Paulo.

¹ Site do Governo do Estado (<https://bit.ly/3IdKieU>)

² Estado de São Paulo atinge 40 milhões de habitantes (<https://bit.ly/3r6uHry>)

³ Tese de Pós-Graduação da Universidade Federal de São Carlos, 2018 (<https://bit.ly/3CTm6dO>)

⁴ Modernização da Polícia paulista se consolida com treinamento, equipamentos e tecnologia de ponta (<https://bit.ly/3HQTcPv>)

Sua criação gerou eficiência no trabalho policial e economia, uma vez que o registro virtual exclui a necessidade de impressão, reduzindo o gasto com papel ou tinta⁵, por exemplo. Para registrar o **Boletim de Ocorrência Eletrônico**, basta acessar diretamente a [Delegacia Eletrônica](#) ou por meio do site da [SSP](#) - em computadores, smartphones ou tablets - e selecionar a ocorrência que se pretende registrar, preencher os formulários, cadastrar um e-mail e receber o link e senha para imprimir o boletim de ocorrência. Um policial da DE analisará o caso e poderá entrar em contato com a vítima para checar dados ou colher mais informações. Ele será responsável por aprovar ou reprovar o BO, cujo andamento pode ser acompanhado pelos cidadãos por meio do site. Uma vez aprovado, o documento será encaminhado ao Distrito Policial da área onde ocorreu o crime, que o investigará⁶.

O primeiro registro eletrônico ocorreu em 13 de janeiro de 2000⁷, com 21.118 boletins⁸ computados no ano. Até 2019, o dado alcançou a média de pouco mais de 894 mil ocorrências anuais, num total de 16.986.506 solicitações⁹. A pandemia ocasionada pelo Coronavírus apresentou um novo cenário e fez o número de registros eletrônicos triplicarem em vinte meses, atingindo a marca de **5.469.146** ocorrências diversas no período, uma média de 3,2 milhões de registros por ano.

O aumento é fruto da ampliação dos serviços disponíveis na Delegacia Eletrônica por parte da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo. Por conta da pandemia do Covid-19, a pasta liberou o registro de ocorrências de violência doméstica online para combater a subnotificação desse tipo de crime, cujas estatísticas apresentaram queda drástica de registros durante o período de isolamento social¹⁰. Com a possibilidade de realização de Boletim de Ocorrência Eletrônico, em um ano, mais de 24 mil registros¹¹ desse tipo foram realizados. “Essa iniciativa é a real possibilidade de cada mulher ter uma delegacia na palma de sua mão”, destacou a delegada Mônica Pescarmona, coordenadora da Delegacia de Defesa da Mulher Online.

A Delegacia da Diversidade¹² também surge na mesma conjuntura de ampliação de serviços digitais, em agosto deste ano, com o objetivo de combater crimes de discriminação e intolerância. Hoje, apenas homicídio, estupro e latrocínio devem ter registros exclusivamente presenciais, enquanto os demais podem ser feitos das duas formas. No entanto, mesmo com o aumento de **BEOs**, o sistema encontra como

⁵ Ações de Segurança - Delegacia eletrônica (<https://bit.ly/3o0Iiia>)

⁶ Delegacia Eletrônica (<https://bit.ly/3o0Iiia>)

⁷ Diário Oficial do Estado de São Paulo (<https://bit.ly/3IfDYnt>)

⁸ Notícia do site do Governo do Estado de São Paulo (<https://bit.ly/3xjuQsJ>)

⁹ Notícia do site da Polícia Civil (<https://bit.ly/3HRtHNI>)

¹⁰ Subnotificação de violência doméstica preocupa e SP libera B.O. online <https://bit.ly/3xHAK6>

¹¹ SP registra 24 mil boletins online por violência doméstica em 1 ano (<https://bit.ly/2ZzxzSk>)

¹² Delegacia da Diversidade Online é o mais novo serviço virtual desenvolvido pela Prodesp (<https://bit.ly/3pfXzy3>)

barreira o acesso à internet: em 2020, o percentual de domicílios brasileiros que usavam a internet¹³ era de 83%. Só no Estado de São Paulo, quase 20% dos paulistas – cerca de 7,5 milhões de pessoas – declararam nunca ter acessado¹⁴ a internet. Além do acesso, a pouca informação disponível aliada à falta de confiança das pessoas em serviços digitais dificultam a realização de registro eletrônico.

Para Rafael Alcadipani, professor titular da Fundação Getúlio Vargas e associado pleno ao Fórum Brasileiro de Segurança Pública, ouvido pela Pridea com exclusividade para este certame, é preciso que a propaganda sobre a existência da **Delegacia Eletrônica** chegue de fato às pessoas. “Não adianta colocar cartaz na delegacia sobre o serviço eletrônico, porque a população só fica sabendo depois que foi até lá para fazer um **Boletim de Ocorrência** de casos mais simples”, afirma. O especialista diz ainda que não é somente a ferramenta e os serviços que ela oferece que precisam de mais visibilidade, mas principalmente o modo de usar os serviços. “Tutoriais sobre o uso da Delegacia Eletrônica são pouco divulgados e difundidos, mas eles são fundamentais para incrementar o conhecimento e incentivar o uso da plataforma”.

Apesar de a iniciativa requerer um reforço de exposição, Alcadipani acredita que boletim digital teve adesão da população. Mas faz uma ressalva: a falta de confiança por parte das gerações mais velhas. Para ele, há tendência de pessoas mais jovens confiarem mais na ferramenta, já que nasceram na “era da internet”. “Os mais velhos preferem o presencial, principalmente as vítimas de crimes mais violentos.”

Diante das questões acima expostas, fica evidente o desafio do Governo de São Paulo e da Secretaria Especial de Comunicação (Secom) no contexto de ampliar a presença do assunto na imprensa, mas principalmente de criar estratégias efetivas e de engajamento que impactem a população e promovam a utilização da **Delegacia Eletrônica**. A **Pridea Comunicação** desenvolveu um plano estratégico, que será pormenorizado a seguir, com o intuito de aumentar a visibilidade do serviço, garantindo o entendimento da população em relação à ferramenta e potencializando a disposição da mídia em favor do instrumento.

Para conquistar esses resultados, a Agência lança mão de seu amplo conhecimento da dinâmica da relação com os veículos de mídia de todo país, bem como do ecossistema de comunicação e dos serviços públicos, utilizando os diferentes canais para a propagação de uma narrativa potente, real e próxima dos paulistas. Além da imprensa, a **Pridea** irá mapear os meios digitais a serem utilizados e investirá na interlocução com parceiros, empresas, formadores de opinião e influenciadores para potencializar as informações e conteúdos divulgados sobre a **Delegacia Eletrônica** e todos seus serviços e funcionalidades. A prática vai ao encontro da política da própria Secretaria de Segurança Pública e do Governo de São Paulo de investimento na transparência e combate à criminalidade.

¹³ Pesquisa TIC Domicílios 2020 (<https://bit.ly/3D71PBZ>)

¹⁴ Estudo de 2019 realizado pelo Seade e o Cetic.br/NIC.br (<https://bit.ly/2laX2t6>)

3.2.1.2. Plano de Ação

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

O investimento do Governo do Estado de São Paulo por meio da Secretaria de Segurança Pública na criação de estratégias para potencializar o acesso da população a serviços públicos digitais, notadamente através da **Delegacia Eletrônica**, não tem sido refletido com a mesma relevância nos veículos de imprensa. Análise de mídia realizada pela **Pridea Comunicação** para este edital indica que das 100 matérias avaliadas, no período de janeiro a dezembro de 2020, apenas 18 versam sobre a **Delegacia Eletrônica**. Mesmo em um ano de deflagração da pandemia ocasionada pelo Coronavírus, em que os serviços passaram a ser em grande parte digital por conta do isolamento social, não há repercussão na mídia sobre as oportunidades remotas disponibilizadas pela SSP.

Para investigar e validar a percepção de que há espaço para ampliar a presença do tema na imprensa, a Agência aplicou um *Media Audit*, com questionários realizados com os principais *players* de mídia nas 16 regiões administrativas do Estado. Foram ouvidos 23 veículos, entre jornais, TVs, rádios e sites, dos quais seis afirmaram simplesmente não conhecer a Delegacia Eletrônica. Dos que conhecem, porém, treze dizem não ter acesso a estatísticas, levantamentos ou dados da plataforma. Diversos profissionais apontam ainda terem dificuldade em obter essas informações quando precisam, como é o caso de uma setorista de um grande veículo da região de Bauru. “Costumamos procurar a delegacia local, que acaba esclarecendo as dúvidas e levantando números para as matérias”.

Os questionários apontam ainda que poucos são os veículos e profissionais que sabem indicar quais ocorrências podem ser registradas de maneira online e reconhecem que os leitores, ouvintes e telespectadores também se ressentem de informações sobre o tema. “Acho que nem sempre os cidadãos estão aptos a mexer na ferramenta. A sensação é de que, além de uma dificuldade de acesso, não confiam em passar algumas informações online”, reforça uma jornalista da região de Campinas.

A dificuldade de acesso e a falta de confiança dos usuários é confirmada pela última edição da TIC Domicílios 2020¹⁵, a mais completa pesquisa sobre acesso à internet do país, divulgada em agosto deste ano. Apesar de apontar crescimento no uso da internet durante a pandemia e aumento de brasileiros com acesso digital frente ao último levantamento (de 74% para 81%), a constatação é de que a desigualdade digital persiste e se coloca como entrave para inclusão de uma parcela importante da sociedade.

¹⁵ Pesquisa TIC Domicílio 2020 <https://bit.ly.com/zfiWoa>

Os dados impactam diretamente no uso de serviços públicos digitais, que empacam ainda na falta de confiança por parte da população. Apesar desse tipo de opção também ter crescido na pandemia¹⁶, estudo do Painel TIC Covid-19 indica que nas classes D/E a “preocupação com a segurança dos dados pessoais” foi apontada por 70% dos usuários de internet e a “falta de confiança” para realizar serviços online por 34%. “Todos os dias recebemos pessoas que vêm até o distrito policial para fazer registro de uma ocorrência que deveria ser feita remotamente, pela Delegacia Eletrônica. A justificativa é quase sempre a falta de informação ou a necessidade de que esse tipo de coisa tenha que ser feita ‘olho no olho’”, afirma uma policial civil da zona Leste da capital¹⁷.

A deficiência da inclusão digital, associada à pouca confiança, remete diretamente à necessidade urgente de ampliar a divulgação do assunto nos veículos de imprensa a partir de um **Plano de Comunicação** consistente que vise, inicialmente, impactar e bem informar os próprios profissionais da mídia que, apesar de pouco familiarizados com o tema, destacam o interesse em tratar mais o assunto nos veículos em que atuam. “Não dá para pautar um tema como esse sem dados e informações interessantes. Espaço e demanda existem, mas é preciso mais agilidade e criatividade por parte da Assessoria da Segurança”, aponta um repórter da rádio Jovem Pan.

A fim de reforçar a divulgação das ações e serviços disponíveis na Delegacia Eletrônica, a **Pridea Comunicação** desenvolveu premissas que darão embasamento à parte estratégica do Plano e criarão a estrutura necessária para sua implementação. São elas:

- **Estatísticas da Delegacia Eletrônica**

O Estado de São Paulo é pioneiro na divulgação mensal de dados estatísticos por área, município e unidade policial, com índices que também são divulgados trimestralmente. No entanto, hoje, não há recortes específicos de crimes registrados via Delegacia Eletrônica. A prática de divulgação permanente dessas estatísticas cria pautas frequentes sobre o assunto, ampliando as chances de cobertura da imprensa e da divulgação do serviço de Boletim de Ocorrência eletrônico.

- **Combate à discriminação e intolerância**

Como forma de reforçar a postura do Governo do Estado de São Paulo de proteção à diversidade, a **Pridea** sugere a criação de uma política de comunicação dedicada à análise e levantamento de dados ligados especificamente aos crimes de discriminação a serem enviados para a imprensa periodicamente.

¹⁶ Acesso a serviços públicos pela internet no Brasil aumentou durante a pandemia <https://bityli.com/seDc4G>

¹⁷ Entrevista realizada pela Pridea Comunicação exclusivamente para esta concorrência.

9

4

Os recortes são fundamentais para dar subsídios aos veículos de comunicação na abordagem da temática e, como consequência, empoderar e informar esse público sobre serviços e instrumentos de proteção. Neste contexto, a Delegacia da Diversidade Online, lançada em agosto deste ano e inserida na Delegacia Eletrônica, também ganhará visibilidade, evitando subnotificações e incentivando o registro desse tipo de crime no Estado de São Paulo.

- **Violência doméstica em pauta**

Identificando subnotificação da violência doméstica por conta do isolamento social provocado pelo Coronavírus, em abril de 2020, o Governo do Estado incluiu esse tipo de crime na Delegacia Eletrônica, permitindo que o Boletim de Ocorrência passasse a ser feito de maneira virtual¹⁸. “Entre denunciar um homem que a ofendeu ou pegar coronavírus, a mulher prefere deixar xingar”, informou à época a delegada Cristine Nascimento Guedes Costa, da 1ª Delegacia da Mulher da capital. Segundo ela, houve diminuição de cerca de 60% na procura por atendimento por conta da quarentena. A ação segue em curso e a divulgação de boletins frequentes sobre o assunto, com números e segmentação por tipo de crime envolvendo violência doméstica é uma alternativa de ampliar a presença do assunto na mídia e empoderar esse público sobre a importância da denúncia.

- **Como, quando e onde?**

A falta de informação sobre os serviços oferecidos na Delegacia Eletrônica, bem como a pouca confiança em serviços digitais, sobremaneira os públicos, afasta a população de ferramentas importantes de segurança e de combate à violência. É necessário que a comunicação tenha como foco a orientação da população sobre: como, quando e onde usar essa plataforma de boletim online. A premissa deve estar presente de maneira perene nas estratégias de comunicação da Secretaria de Segurança, ampliando e fortalecendo o assunto com formatos e conteúdos diversificados.

- **Eu consegui, você também pode!**

A prática de compartilhar cases de sucesso, permitindo que as peças se identifiquem com situações e pessoas é essencial para causar empatia e gerar engajamento. Como forma de estimular a utilização da Delegacia Eletrônica e incentivar os registros online dos crimes que dispensam o comparecimento às delegacias, a **Pridea** atuará no sentido de mapear não apenas situações envolvendo cidadãos comuns,

¹⁸ Subnotificação de violência doméstica preocupa e SP libera B.O. online (<https://bit.ly.com/ggftac>)

LA 08

mas influenciadores e formadores de opinião que possam ser levadas como exemplo para os paulistas. Tanto no que diz respeito à dificuldade de acesso e pouca familiaridade com os meios digitais, como em casos de constrangimento e medo do registro de determinados delitos pela plataforma. Por meio de ações *crossmedia*, a Agência atuará fortemente tanto na relação com os veículos e profissionais de imprensa, como mapeando no cenário digital os principais porta-vozes de cada um dos assuntos tratados. Os conteúdos poderão servir ainda de insumo para a atuação da Secom com campanhas publicitárias, configurando uma estratégia 360 de comunicação.

- **Divulgação conjunta com outras secretarias e entidades governamentais**

O tema segurança não é exclusividade de uma Secretaria do Governo. Isso porque a política pública de combate à criminalidade é matéria que inclui diversos setores da sociedade, tais como Educação, Saúde, Inclusão Social, Justiça, Administração, Finanças, Psicologia. Dessa forma, é possível explorar pautas estratégicas para a SSP conjuntamente com outras Pastas do Poder Executivo Estadual.

A violência pode ser evitada, e suas consequências, reduzidas, da mesma forma que a saúde pública conseguiu prevenir e reduzir, em todo o mundo, as complicações relacionadas à gravidez, aos ferimentos em locais de trabalho, às doenças contagiosas e enfermidades causadas por alimentos e água contaminados. Os fatores responsáveis por reações violentas, quer sejam derivados de atitudes e comportamentos ou de condições sociais, econômicas, políticas e culturais mais amplas, podem ser modificados.¹⁹

Por meio de análise de dados gerados pelos BEOs, a **Pridea** poderá gerar pautas positivas e fazer a comunicação entre as pastas de assuntos correlatos para divulgações conjuntas, bem como realizar o alinhamento das iniciativas com a Secom.

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

A partir do cenário descrito acima, bem como a introdução à metodologia a ser adotada, a **Pridea Comunicação** implantará ações focadas no esclarecimento do uso da ferramenta por meio da imprensa, bem como seus resultados, além de relacionamento mais próximo com a mídia espontânea e formadores de opinião. O objetivo é informar a população a respeito dos serviços disponíveis na **Delegacia Eletrônica**, principalmente os cidadãos acima dos 50 anos, mostrando não só os cases de sucesso como esclarecendo

¹⁹ Artigo Violência: um problema global de saúde pública. <https://bit.ly/3lHir>

qual é o caminho que o **BEO** percorre dentro do sistema da Polícia Civil.

Além disso, os resultados da **DE** serão usados de forma setorial, trabalhando os números com os veículos e editorias de maneira distinta e não utilizando divulgações gerais. O Plano Estratégico engloba as ações, as medições de resultado e os alinhamentos de objetivo, caso sejam necessários. O cronograma englobará, a curto prazo, ações tradicionais, como coletivas de imprensa, postagens e envio de releases e, a médio e longo prazos, novas abordagens visando diferentes públicos, a seguir:

- **Portal da Delegacia Eletrônica:** hoje, a área da **DE** na internet é tão somente restrita à realização dos boletins de ocorrência. Assim, há espaço para criação de uma área de conteúdo que servirá não somente para esclarecer dúvidas de preenchimento, abordar questões de confiabilidade, como também para contar histórias de sucesso. A ideia é transformar o site em um verdadeiro portal, com potencial para pautar os veículos de imprensa e tornar-se, assim, referência no setor de Segurança Pública. A sugestão seria de utilização do formato de *web stories*, que tem se mostrado muito eficiente para atrair a atenção do público no compartilhamento de conteúdo. O material também poderá ser desdobrado em outros produtos com apelo para a imprensa, como podcasts. A cada história relatada, uma oportunidade de exposição na mídia, seguindo o perfil do depoente, pode-se conseguir espaços em diversos tipos de veículos e canais diferenciados.

- **Rádio do Boletim Eletrônico:** rádio ainda é um dos canais mais procurados no Brasil. A pesquisa Inside Rádio, divulgada em setembro de 2020 pelo Ibope, aponta que 78% da população ouve rádio, e metade (48%) ouve todos os dias. Considerada a idade, o grupo que mais ouve rádio todos os dias tem entre 30 e 49 anos. Dessa forma, para conquistar a confiança dessa faixa etária ao BEO, a ideia é realizar pílulas semanais de 2 minutos cada e disponibilizá-las para as rádios do Estado, dando números, dicas, falando sobre as facilidades e trazendo depoimentos de quem conseguiu ter seu caso resolvido pela internet. As pílulas, além de serem disponibilizadas para as rádios, serão enviadas para toda a imprensa em formato que pode ser inserido também em portais de notícias.

- **Live da SSP:** no endereço virtual da Secretaria de Segurança Pública – e, simultaneamente, nos sites dos órgãos parceiros – promover lives com especialistas no tema para falar sobre tecnologia no setor para resolução de casos, agilidade, economia de recursos, vantagens de ter a internet como aliada para

serviços à população. Também neste caso, os eventos serão divulgados à imprensa, que será convidada a acompanhar as *lives* remotamente, com a possibilidade de perguntas ao final das exposições. Inicialmente, para evitar que o formato se esgote rapidamente, o ideal é promover um evento por mês, trazendo temas que tenham ligação com efemérides ou acontecimentos recentes.

- **Aprenda a fazer:** em cada tipo de denúncia disponibilizada no portal da **DE**, desenvolver um tutorial animado, também em versões inclusivas, no qual a **Pridea** desenvolve toda a parte de roteirização. Com isso, não só aumenta a confiança e segurança do cidadão para a realização do registro com a certeza de que está preenchendo de forma correta, como também cria-se um produto com capilaridade nas mídias espontâneas. Isso porque, como a busca por serviços públicos na internet cresceu durante a pandemia, é possível desenvolver pautas no estilo *Saiba Como Fazer* para portais e TVs.

- **Encontros de Relacionamento com a mídia** – é de suma importância promover conversas informais entre gestores e técnicos com jornalistas – pode ser online, formato que se consolidou desde o início da pandemia de Coronavírus, ou de forma presencial nas redações ou em localidades de atuação da **Segurança Pública** -, para aproximação e esclarecimento de dúvidas institucionais e sobre políticas públicas para o setor. A **SSP** tem profissionais e especialistas renomados e qualificados: dar voz a eles é valorizar o trabalho desenvolvido por todos na instituição e reforçar o valor desse capital conquistado pelo Governo. A **Pridea** atuará junto à mídia propondo que estes porta-vozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação. Um encontro por semana é a forma de garantir capilaridade e exposição. Dessa forma, para potencializar os resultados dos encontros/entrevistas, a Agência indica também a realização de *Media Training* e capacitação de porta-vozes. Conjuntamente com a **SSP**, a **Pridea** identificará os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes. A prática prepara os gestores para se posicionarem melhor em entrevistas, tanto individuais quanto coletivas. A capacitação inclui etapas teóricas e práticas e disponibiliza materiais de apoio, e pode ser tanto em formato *full*, com vários tipos de abordagens, exercícios e simulações, até formato *pocket*, para emergências ou encontros de última hora.

- **Media Audit** – com o intuito de medir as ações realizadas junto à imprensa, a **Pridea** indica o desenvolvimento periódico de sondagens junto aos principais atores da mídia espontânea. Dessa maneira, é

possível redefinir estratégias até então tidas como eficientes ou mesmo intensificá-las. A pesquisa qualitativa ainda pode ser feita após a implantação de um projeto, para avaliar o desempenho e a aceitação do mesmo. A Agência sempre busca ouvir os principais jornalistas da grande imprensa e dos mais importantes veículos das Regiões Administrativas do Estado de São Paulo e, por isso, irá estender a aplicação de questionários que já realizou para esta concorrência, incluindo novos veículos e abordagens para aprimorar a relação com a mídia.

- **Boletins da Violência Doméstica:** as questões do feminicídio e da violência contra a mulher têm sido recorrentes na grande imprensa. Ter insumos, estatísticas, personagens e autoridades que falem sobre o tema é um atrativo para os jornalistas que costumam abordar o assunto. Como esses elementos estão disponíveis na SSP, a **Pridea** sugere organizá-los para desenvolver um boletim informativo frequente dos casos mais recorrentes de violência doméstica no Estado. Dessa forma, a Secretaria torna os dados transparentes e acaba gerando um parâmetro importante de acompanhamento do tema. A **Pridea** desenhará as estratégias de divulgação, tanto para a capital, como para as demais regiões do Estado, avaliando as sensibilidades e pontos fortes para cada localidade.

- **Mapa da Diversidade:** a intolerância tem sido cada vez mais combatida pela mídia, seja por influenciadores ou veículos de imprensa. Construir um Mapa de Calor por tipo de crime e variáveis, como região e perfil do denunciado ajuda não apenas a demonstrar a política da Secretaria em dar voz às vítimas como também expor as ações. As estatísticas podem ser compartilhadas com outras secretarias, auxiliando na divulgação de estratégias conjuntas contra crimes dessa natureza.

- **Divulgação mensal de estatísticas da Delegacia Eletrônica** – embora a SSP faça a divulgação das estatísticas da violência periodicamente, a ideia aqui é descolar a DE e mostrar sua importância no processo todo. Dessa forma, dados, como percentual de BEOs em relação ao total registrado, também por tipo de denúncia, eficiência de resolução, rapidez, economia gerada ao Estado, entre outros, serão insumos importantes para potencializar a divulgação do assunto na imprensa e nos canais digitais. Cada um desses dados pode ser trabalhado de maneira diferente, com vários veículos e em todos os canais. A Agência sugere que as estatísticas sobre a DE também sejam mensais.

- **Segmentação e regionalização de conteúdos:** regionalizar pautas e segmentar dados garante capilaridade de um mesmo levantamento. A **Pridea** trabalha com jornalismo de dados, ou seja, interpreta, faz cruzamentos, avalia riscos e traça estratégias de divulgação. Um exemplo, a partir da sugestão da divulgação mensal de estatísticas da **DE**, é trabalhar as estatísticas por região/cidade, oferecendo os dados com exclusividade para veículos de cada área do Estado. Além disso, a estatística também traz o número de BEOs por tipo de denúncia, tais como furto, roubo, violência doméstica, crimes contra a diversidade, delegacia de proteção animal, o que garante espaços em veículos segmentados. Os números gerais, com recortes macro, podem ser oferecidos a veículo da grande imprensa.

- **Planejamento anual e cronograma de pautas:** a partir dos produtos a serem criados, sugeridos neste exercício, e dos já existentes, além das efemérides, a **Pridea** desenvolve um mapa anual de pautas, que traz a estratégia de divulgação e os objetivos a serem alcançados. Isso permite, por exemplo, divulgar dados de violência doméstica no Mês da Mulher, em março, em parceria com as demais pastas do governo que têm gestão sobre o tema. Ou ainda, usar dados da Delegacia da Diversidade para o Dia do Orgulho Gay, não apenas explorando a mídia tradicional, mas sobremaneira a mídia segmentada. A prática permite um diálogo mais próximo e efetivo com esses públicos.

- **Matriz de temas correlatos:** como já foi dito, a Segurança Pública é um tema que incide em outros setores, como Educação, Saúde, Inclusão Social, Finanças, Justiça entre outros. Dessa forma, a **Pridea** sugere o desenvolvimento de Matriz de Temas Correlatos, com pesquisas, informações, estatísticas e dados que não sejam necessariamente desenvolvidos pela SSP, mas que tenham relação com os assuntos e políticas públicas geridas pela Pasta. A Matriz auxilia na geração de sugestões de pautas conjuntas e também no embasamento de dados gerados pela SSP. A ação potencializa a exposição positiva da Secretaria na imprensa, já que é possível colocar autoridades para fazer interpretações de dados, sempre levando para os projetos e resultados conquistados pela Pasta.

- **Criação de personas para divulgação:** com o objetivo de atingir os diferentes públicos positivamente, fazendo o trabalho de convencimento em relação à **Delegacia Eletrônica**, o intuito é identificar os perfis mais comuns para a criação de conteúdos sobre o tema. Podemos ter a voz feminina que retrata o comportamento das mulheres ao denunciar casos de violência doméstica; de idosos na perda

de documentos e objetos; de homossexuais que sofrem com problemas de insegurança e preconceito; ou ainda de negros convivendo com o racismo diariamente. Esses personagens serão utilizados no desenvolvimento de conteúdos para o portal e para imprensa.

c) Materiais a serem produzidos

- **Releases:** produção e envio diário para imprensa regional, estadual e nacional a fim de informar os veículos sobre ações, projetos e novidades envolvendo a Secretaria Eletrônica do Estado de São Paulo;

- **Papers para alinhamento de discursos:** material a ser compartilhado com a equipe da **Secretaria Especial de Comunicação (Secom)** e com os gestores da Secretaria de Segurança Pública;

- **Formatação de conteúdo opinativo:** artigos de opinião a serem assinados pelos gestores da Segurança Pública e por demais técnicos e especialistas designados pela **Secom**;

- **Cartas e materiais explicativos:** conteúdo para veículos de imprensa a fim de corrigir eventuais erros ou mesmo ampliar o esclarecimento sobre determinados temas envolvendo a Secretaria de Segurança Pública;

- **Roteiros:** desenvolvimento de materiais para realização de *lives* ou produtos internos audiovisuais;

- **Apresentações:** levantamento de informações com as áreas internas da Secretaria, bem como busca de estudos e referências a serem utilizadas em apresentações institucionais dos gestores da pasta;

- **Notas exclusivas:** busca por espaços estratégicos em jornais e revistas com dados relevantes da pasta, ações, pesquisas, estatísticas ou novidades que serão implantadas;

- **Newsletter mensal para funcionários:** material a ser disparado mensalmente para despertar o sentimento de pertencimento e ampliar o engajamento dos profissionais das diversas estruturas da Secretaria;

- **WhatsApp Imprensa:** envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem a área de Segurança Pública e temas relacionados. A **Pridea** realizará o envio por meio de ferramenta própria.

- **Guia de Perguntas e Respostas:** o material será compartilhado com os principais porta-vozes da SSP sempre antes de eventos ou anúncios importantes a fim de buscar o alinhamento de discursos;

- **Manual de Crise:** informações e orientações para eventuais situações de crise na imprensa

envolvendo a Secretaria e suas áreas. O conteúdo, fundamental em casos emergenciais, será direcionado para os gestores do órgão e alinhado com a Secom;

- **Banco de Dados:** a Pridea organizará um banco de informações com ações, números, balanços, séries históricas e estatísticas relacionadas à conjuntura da Segurança Pública em São Paulo. O material apoiará tanto a produção de materiais de divulgação, informes para a Secom, como produção de conteúdo para plataformas e comunicados internos;

- **Banco de Personagens:** reunirá informações para divulgação de cases de boas práticas envolvendo tanto a Delegacia Eletrônica como as outras áreas de atuação da SSP, mostrando novidades e iniciativas a partir da experiência dos cidadãos;

- **Informativos:** *papers* para informar a equipe da Secom sobre status de programas, projetos e ações da pasta em andamento e novidades a serem divulgadas. O informativo poderá servir de suporte para entrevistas de porta-vozes do governo

- **Análise e aplicação de Media Audit:** questionário realizado para este certame será estendido a fim de atingir um número maior de veículos e profissionais. Agência realizará criação das perguntas, aplicação e análise de todo conteúdo;

- **Cooperação na construção de conteúdos para sites e redes sociais:** produção de material e curadoria para subsidiar as equipes de digital;

- **Planejamento quinzenal:** a Pridea indicará a estratégia desenvolvida para o período, bem como com as principais matérias publicadas. Material será enviado à Secom;

- **Relatórios diários e mensais de análise de mídia:** avaliam como a imprensa cobre programas e políticas públicas da SSP. Diariamente, será enviado um resumo de todo trabalho realizado ao longo do dia, com atendimentos, respostas enviadas e publicações que devem ocorrer nos jornais do dia seguinte;

Relatórios diários e mensais de ações realizadas: informam detalhadamente o que foi realizado pela equipe durante o dia e, no fim do mês, um relato completo das ações desenvolvidas durante o período;

- **Clipping de notícias:** enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas. Conterá com análise de exposição da Secretaria de Segurança e de suas políticas públicas, além de conter indicações e sugestões de posicionamentos sobre matérias que foram publicadas. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

3.2.1.3. Oportunidades de mídia positiva

1) A pandemia acelerou a transformação tecnológica e fortaleceu os serviços digitais

A pandemia provocada pelo Coronavírus e a necessidade de isolamento social contribuíram enormemente para colocar a tecnologia como protagonista nas empresas e nos órgãos públicos. Mudanças urgentes tiveram de ser feitas e, tanto os negócios como os serviços, foram afetados definitivamente. A velocidade da transformação digital acabou se tornando o que os especialistas chamam de “tech tsunami”²⁰. O Brasil já está nessa jornada há mais de uma década, mas os números mostram que a digitalização se intensificou na pandemia, com um aumento de usuários que procuraram ou realizaram serviços públicos online em 2020, com a internet chegando a 83% dos domicílios²¹.

Para o poder público o desafio foi imenso, com a necessidade de oferecer um grande rol de serviços digitais e dialogar com as classes menos favorecidas a partir de estratégias de comunicação que dessem conta de impactar e instruir esse público. Pesquisa realizada pela EY²², uma das principais empresas de consultorias do mundo, indica que 57% dos entrevistados acreditam que a tecnologia mudará, para melhor, a forma como utilizam serviços prestados pelo Estado. “A pandemia nos colocou diante de um cenário em que os governos tiveram de acelerar a adoção de novas tecnologias para continuar dialogando e provendo serviços aos seus cidadãos”, explicou Luis Pontes, líder da consultoria EY para governos e setor público²³.

O Governo do Estado de São Paulo vem há tempos fazendo a lição de casa, lançando mão de estratégias para facilitar o acesso a serviços digitais em diversas áreas, não apenas atendendo a um anseio evidente da população, mas ampliando a transparência de seus processos. O cenário é, portanto, extremamente favorável à divulgação intensa dessas políticas públicas, sobremaneira envolvendo a Delegacia Eletrônica paulista, que deve aumentar seu poder de difusão junto aos diferentes públicos-alvo migrando cada vez mais as notificações para essa plataforma.

2) Criação da Delegacia da Diversidade e ampliação do combate à intolerância

Em agosto deste ano, São Paulo deu mais um importante passo pela ampliação dos serviços digitais na área da Segurança Pública, disponibilizando novas ferramentas de combate ao preconceito e à intolerância. O Governo paulista ampliou a lista de serviços disponíveis no chamado Boletim de Ocorrência Eletrônico (BOE) a partir da criação da Delegacia da Diversidade, que investiga crimes

²⁰ O Tsunami da transformação digital (<https://bitly.com/1NAdlZ>)

²¹ Pesquisa TIC Domicílios 2020 (<https://bitly.com/zfiWoa>)

²² Pesquisa realizada pela EY (<https://bitly.com/ZdcqtN>)

²³ Tecnologia estará mais presente no dia a dia de cidadãos (<https://bitly.com/VMH4Gq>)

motivados por diversidade e intolerância sexual, étnico-raciais e religiosas²⁴. Apesar de as vítimas poderem comparecer às delegacias para prestar queixas, o serviço permite que os registros ocorram de forma virtual, o que evita deslocamentos, além de proteger a identidade das vítimas.

A importância da ação é indiscutível e vai ao encontro de um esforço que o Governo do Estado de São Paulo vem realizando em diversas frentes para a garantia dos direitos e a defesa da inclusão²⁵. O interesse da população em torno do assunto também só cresce: o termo “diversidade”, em 2021, atingiu seu pico de busca no Google²⁶ nos últimos cinco anos. Assim, há um grande espaço de ampliar a difusão da nova Delegacia da Diversidade na imprensa, com novos ganchos a partir de efemérides e balanços.

3) Segmentação e regionalização dos números para ampliar interesse da imprensa

O crescimento de notificações realizadas via Delegacia Eletrônica, especialmente a partir da pandemia, não se espelhou na cobertura dos veículos de imprensa sobre o tema. São poucas as matérias envolvendo o assunto, apesar de novidades importantes, como a criação de uma Delegacia exclusiva para apuração de crimes de intolerância. Para se ter uma ideia, análise das matérias para este certame realizada pela **Pridea Comunicação** identificou apenas 18 notícias no período de 12 meses.

Há, porém, uma excelente oportunidade de ampliar a divulgação e publicação do assunto na imprensa, tanto na capital como no interior, a partir da geração de dados e balanços inéditos envolvendo a Delegacia Eletrônica. A segmentação dos conteúdos é uma estratégia recorrente utilizada pela **Pridea Comunicação** ao longo de sua trajetória de mais de quinze anos em comunicação pública. Trata-se de ação preponderante para ganhar espaço em veículos de mídia do interior, por exemplo. Números que fazem uma leitura local do assunto tendem a ganhar maior atenção dos profissionais de imprensa, com maior exposição e diversificação das pautas trabalhadas.

Há ainda recortes importantes a serem feitos a partir da própria segmentação dos delitos registrados na Delegacia de maneira online, o que permite a realização de cruzamentos e a identificação daqueles que são mais procurados de maneira digital pela população. Os dados não apenas expandem a prestação de serviço para a população, mas geram insumos para melhoria das políticas públicas em curso. Efemérides e datas midiáticas também são marcos fundamentais para a divulgação dos dados envolvendo a realização de boletins de ocorrência online a partir de recortes específicos.

²⁴ Governo de SP cria Delegacia da Diversidade para ampliar o combate a crimes de intolerância (<https://bityli.com/L0OUmX>)

²⁵ Turismo de SP lança o primeiro Mapa da Diversidade de destinos (<https://bityli.com/yhH9Lr>)

²⁶ Pesquisa do Google Trends realizada pela Pridea Comunicação (<https://bityli.com/TYyHLo>)

3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem

1) Dificuldade de acesso e pouca confiança da população nos serviços digitais

O aumento de acesso do brasileiro à internet, que chegou em 2020 a 153 milhões de pessoas (83% das casas), não exclui a desigualdade digital no país, que segue sendo uma preocupação para gestores, empresários e tomadores de decisão. Mesmo o crescimento dos números tendo sido puxado pelo aumento de acesso entre os mais pobres, nas classes D/E apenas 64% contam com conexão residencial²⁷.

A dificuldade se estende no que tange a busca por serviços públicos online. Apesar do acesso de 72% dos usuários a esse tipo de serviço ou informação, dados indicam que a disparidade se dá principalmente entre usuários de 60 anos ou mais que, se comparado a outras faixas etárias, acabam utilizando menos esse tipo de alternativa. O mesmo ocorre com pessoas das classes D/E²⁸.

Além do problema da inclusão digital, outro fator pesa sobre essas estatísticas: a falta de confiança da população nesses serviços. O Painel TIC COVID-19 apontou que um terço dos usuários apresentou preocupação com roubo de identidade e fraudes e pouco mais da metade disse que os riscos de disponibilizar seus dados pessoais na internet para governos e empresas “são maiores que os benefícios”. A constatação coloca no centro da discussão um problema grande e um desafio ainda maior: convencer as pessoas a fazerem uso desses serviços, enfrentando as dificuldades operacionais e de acesso, e confiando informações sigilosas e extremamente íntimas, como agressões, abusos e delitos dos quais foram vítimas.

É importante que a Assessoria de Imprensa da Secretaria de Segurança Pública atue no sentido de mitigar essas sensações a partir da profusão permanente de informações e experiências bem-sucedidas, encorajando as pessoas a realizarem essas operações remotamente e evitando o deslocamento aos distritos.

2) Erros de sistema e preenchimento impedem a instauração de inquérito

A Delegacia Eletrônica e a realização de Boletins de Ocorrência online exigem o preenchimento adequado de todas as informações para a eventual necessidade de instauração de inquérito e procedimento investigativo. Trata-se de um ponto importante e de fragilidade tendo em vista os problemas de acesso e a falta de inclusão digital no país e no próprio estado de São Paulo. Há ainda um agravante: o celular é o dispositivo mais utilizado por usuários de internet (58%). A pesquisa TIC Domicílios 2020 aponta ainda

²⁷ Pesquisa TIC Domicílios 2020 (<https://bityli.com/zfiWoa>)

²⁸ Dados da segunda edição do Painel TIC COVID-19 (<https://bityli.com/zgkiFU>)

que 90% das pessoas das classes D/E acessam à internet exclusivamente pelo celular, o que de certa forma dificulta a navegação e a experiência dos usuários para esse tipo de uso.

Mais uma vez, a informação se coloca como protagonista para a ampliação do uso da Delegacia Eletrônica por parte dos paulistas e a Comunicação como peça fundamental da estratégia de impactar de maneira assertiva a população a fim de garantir que o registro seja realizado corretamente. Conforme sugerido ao longo de seu Plano de Comunicação, a **Pridea** acredita que investir em parcerias com outras Secretarias, autarquias e órgãos é fundamental para um diálogo mais efetivo com todos os públicos-alvo dessa operação. Formatos diferentes de conteúdo também são essenciais para informar e gerar interesse. Para isso, novamente, a aproximação com formadores de opinião e *stakeholders* é decisiva para estreitar essa conversa e melhorar a comunicação.

3) Pouca divulgação sobre a Delegacia Eletrônica

Análise de mídia do período de janeiro a dezembro de 2020, realizada pela **Pridea Comunicação** para esta concorrência, aponta que em doze meses foram encontradas apenas 18 matérias sobre a Delegacia Eletrônica do Estado de São Paulo. A baixa publicidade em torno do assunto é corroborada pela percepção da própria imprensa, que apesar de conhecer a existência do serviço, afirma, em *Media Audit* aplicado pela Agência, ter poucas informações sobre ele – conforme descrito ao longo deste plano.

Este fator associado à uma população com 11 milhões de analfabetos acima de 15 anos²⁹ e os desafios de acesso à internet desenharam um cenário preocupante de engajamento da população em torno dos serviços oferecidos pela Delegacia Eletrônica. Apesar dos esforços empreendidos pelo Governo do Estado no sentido de ampliar cada vez mais o rol de oportunidades digitais, é imprescindível que haja uma estratégia de comunicação eficiente no sentido de diversificar a abordagem com a imprensa, motivando a geração de pautas e matérias sobre o assunto.

Além dos veículos tradicionais, é relevante que a Assessoria de Imprensa mapeie *players* de mídia segmentados e que dialogam diretamente com públicos importantes, como idosos e as classes menos favorecidas e com mais dificuldade de acesso aos meios eletrônicos. Nesse sentido, a geração de conteúdos atrativos, com números e balanços exclusivos, irá intensificar o tema na pauta da imprensa, além de permitir espaços maiores e abordagens mais aprofundadas. A maior exposição é fundamental para evitar que as pessoas se desloquem até os distritos para a realização de serviços oferecidos na plataforma, o que não apenas facilita a rotina da população, como gera mais eficiência e rapidez para o setor público.

²⁹ Dados do PNAD (Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios) Educação, divulgados pelo IBGE em julho de 2020

Análise Diária de Imagem

A **Pridea Comunicação** realizou auditoria do conteúdo publicado em jornais, revistas, televisão, rádio e internet que se referem à imagem e marca da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo. A análise de imagem foi realizada durante o período de janeiro a dezembro de 2020, conforme estipulado em edital, tendo como tema da análise “Delegacia Eletrônica – a era digital na segurança pública e os benefícios aos cidadãos de São Paulo”.

Foram selecionadas 100 reportagens veiculadas na mídia, de veículos de imprensa, que envolveram ou citaram a **Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo** no que se refere ao tema proposto no edital e demais temas relacionados à pasta. No que diz respeito ao tipo de mídia, os conteúdos analisados abarcaram reportagens e matérias veiculadas em impresso, web, TV e rádios, sendo a web a mídia de maior quantidade de matérias, representando 68%. Em seguida aparecem as matérias de jornais impressos, atingindo 16%; rádios 5%; TVs, 5%; e revistas, 6%.

Dentro do período analisado, constatou-se que a mídia televisiva e as emissoras de rádio somam apenas 10%. Este cenário pode ser um ponto a ser avaliado pela Assessoria de Imprensa da **Secretaria de Segurança Pública**. São veículos de comunicação com grande abrangência, atingindo públicos de diferentes classes sociais.

Para compreender a imagem das ações do Governo Estadual junto à imprensa, a **Pridea** dividiu as matérias analisadas entre positivas, negativas e neutras. O que se percebeu foi que, em sua maioria, as matérias relacionadas às ações da **Segurança Pública paulista** são de conotação positiva, representando 40 das 100 matérias analisadas. Em seguida, foram registradas 33 reportagens negativas e 27 registros de veiculações neutras para a imagem da pasta. Diante da proximidade de quantidade de matérias negativas em relação às de caráter positivo, recomenda-se estratégias de divulgação mais incisivas em pautas proativas, inclusive com sugestão de entrevistas de porta-vozes da pasta.

Outro ponto de avaliação refere-se ao caráter da matéria, ou seja, o que motivou a imprensa a realizar a inserção de determinadas pautas em seus veículos. A divisão foi feita entre Informativo e Denúncia. O primeiro, marcando 71% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população. E, no caso de denúncia, 29% das reportagens avaliadas.

A **Pridea** também buscou compreender a posição que a instituição ocupa nas notícias avaliadas. Foram estabelecidos dois cenários: Protagonista, quando a **Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo** e o governo estadual conduzem a notícia publicada, sendo os atores principais; e Coadjuvante, quando são apenas citados no contexto da notícia. A entidade esteve como protagonista em 75 veículos de imprensa e em 25 como coadjuvante. Portanto, é recomendável um esforço na estratégia de comunicação para que a marca do Governo aumente ainda mais sua exposição como protagonista nas matérias veiculadas pela imprensa.

A **Pridea Comunicação** também buscou avaliar os veículos que o governo marca presença, seja de maneira positiva ou negativa, caráter informativo ou denunciioso, seja como protagonista ou como coadjuvante. O que se pode notar é a inserção de matérias em mais de 50 diferentes veículos. Nos impressos, destaque para as 2 reportagens do jornal Folha de S. Paulo. A Jovem Pan se destaca no segmento de rádios, com 4 notícias veiculadas. O portal G1 registra 21 notícias.

Das 100 matérias avaliadas, 58 têm alcance na capital do estado de São Paulo. Em seguida, 17 notícias foram veiculadas no interior paulista; Baixada Santista, com 6; Região Metropolitana com 3 matérias; 16 com abrangência nacional.

Quanto à abrangência envolvendo as regiões administrativas do Estado, 16 regiões trazem notícias sobre as ações referentes ao tema. Além disso, a **Pridea** também verificou diferentes oportunidades de ampliação da comunicação para a pasta, que serão apresentadas no decorrer deste documento. Como método de organização, as análises apresentam os seguintes dados: data, veículo, programa/editoria, título da matéria e região em que a matéria foi veiculada.

O conteúdo incluiu itens como **Análise**, que descreve e indica o tom da reportagem; **Pontos positivos**, que destaca as qualidades da matéria; **Riscos à imagem**, que detectam o que pode soar negativo para o Governo Estadual; e **Sugestão de estratégia**, com ações estrategicamente pensadas para as equipes de comunicação tomar em cada uma das situações avaliadas.

Data: 05/02/2020

Veículos: R7/ UOL/ G1/ GloboNews

Programas/editorias: São Paulo/ Universa/São Paulo

Títulos da matéria: PM terá efetivo 25% maior e vai usar drones no carnaval de rua de SP/ São Paulo registra em média um caso de estupro dentro de escolas por dia/Crimes sexuais crescem 13% e batem recorde em São Paulo/ Registro de crimes sexuais crescem 13%

Regiões: Nacional/ Nacional/ São Paulo/ Nacional

Veiculações: Positiva/ Negativa/Negativa/Negativa

Análises

O R7 noticia que a Polícia Militar de São Paulo aumentou em 25% o número de policiais que trabalharão durante o carnaval de São Paulo. Ao todo, 10.218 homens e mulheres estarão nas ruas da capital paulista para organizar as atividades do maior carnaval de ruas da história da cidade.

A Lei de Acesso à Informação (LAI) foi utilizada pela produção da GloboNews para obter a informação de que em São Paulo a cada 26 minutos uma pessoa sofre crime de importunação sexual no Estado. Segundo a matéria do G1, que também disponibiliza o material no site, este seria um recorde do Estado e a subida mostra que os casos passaram de 20 mil.

Outro site que trata o aumento nos números de importunação sexual é o UOL. Os dados, no entanto, são os mesmos divulgados pela GloboNews que foi quem conseguiu a informação.

Todas as matérias sobre importunação sexual além dos números de SSP-SP contam com entrevista de especialista e de mulheres sobre o assunto.

Pontos Positivos

O trabalho da PM durante o período de Carnaval e a ampliação do efetivo é o ponto positivo das matérias analisadas. Neste caso, o R7 apresenta uma preocupação da gestão pública em garantir que a maior festa popular do mundo seja organizada e segura para o maior número de pessoas possível.

Riscos à Imagem

Ainda que haja a fala de especialistas sobre as mudanças na forma de notificação de crimes mostre que o aumento foi na notificação, não nos acontecimentos, é preciso lembrar que nenhum material analisado falou sobre como as vítimas podem procurar o atendimento de segurança e nem mesmo como a Secretaria de Segurança Pública tem atuado com esta demanda. A violência sexual ocorre, em sua maioria, contra

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

mulheres, crianças e adolescentes e a Pasta precisa mostrar que mantém trabalhos constantes para proteger a população mais vulnerável, combatendo o crime.

Sugestões de Estratégias

Um grande marco para o jornalismo investigativo e os jornalistas que acompanham temas relacionados à gestão pública é a Lei de Acesso à Informação. Essa possibilidade permite que os jornalistas peçam dados que não estão públicos, e deveriam, de forma pontual para as instâncias públicas.

Essa situação trouxe uma nova postura por parte de algumas redações que mantêm hoje, jornalistas especializados em fazer esse tipo de pedido para os órgãos públicos, dando um novo caráter de notícia, com grandes manchetes e espaços para garantir que a apresentação de dados exclusivos ganhará a repercussão necessária. Por este motivo, a assessoria de imprensa das secretarias precisa estar atenta a essas demandas. A lei prevê que os setores responsáveis por responder os pedidos da Lei de Acesso à Informação podem ter apoio das áreas de comunicação o que pode ser um trunfo para elaborar projetos de comunicação que mitiguem e propaguem informações de qualidade para a população.

Um exemplo seria preparar um plano massivo de divulgação de como a alteração da lei aumento as denúncias e o quanto isso é positivo. Uma apoio em parceria com a saúde, por exemplo, poderia mostrar como estão os atendimentos na área da saúde e por fim, trabalhar ações educativas na mídia. Ações que mostrem o treinamento das polícias e também formas de se proteger a população mais vulnerável e como realizar a denúncia por meio dos canais digitais ou não.

Cabe lembrar que, a LAI é um ganho na transparência e em nenhum momento ela deve ser impedida ou interpelada, porém, é importante lembrar que os órgãos públicos trabalham a favor do cidadão e os serviços que são oferecidos a população nem sempre recebem a mesma atenção que manchetes com dados alarmantes.

Data: 06/02/2020

Veículos: G1/ ComCiência Revista

Programas/editorias: São Paulo / Científica

Títulos da matéria: Rota mata 98% a mais em serviço em 2019 e lidera ranking de batalhões violentos de SP, diz Ouvidoria/ O suicídio e os profissionais de segurança pública

Regiões: São Paulo/ Nacional

Veiculações: Negativa / Neutra

Análises

Segundo relatório anual da Ouvidoria das Polícias de São Paulo a Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar (Rota), tropa de elite da Polícia Militar matou 101 pessoas, dobrando o número de registros de 2018, que foi de 51 mortes, noticia o portal G1.

Já a Revista ComCiência publicou uma matéria assinada pela socióloga Fernanda Cruz, pesquisadora de pós-doutorado no Núcleo de Estudos da Violência, que chama a atenção para um problema recorrente na corporação e na vida de policiais os índices de suicídio cometidos pelos trabalhadores da área.

A matéria fala da dissertação escrita pela socióloga e segue apontando a necessidade de realizar mais estudos que abranjam as famílias de policiais, assim como melhorar canais de atendimento para os policiais.

Pontos Positivos

O uso de dados da Ouvidoria e a transparência do acompanhamento da situação é uma informação importante e relevante para a atuação da comunicação.

Riscos à Imagem

A ComCiência menciona o stress inerente à profissão, no entanto, também deixa claro que não há acompanhamento ou inclusão dos policiais e suas famílias no cenário de atendimento e tratamento de saúde, principalmente, de saúde mental.

Os dados da Ouvidoria apontam para um caminho que amedronta a população, já que embora cresça o número de denúncias, a reportagem não explica sobre como são tratados os casos, nem mesmo sobre acompanhamento, punição ou retorno para as famílias, corroborando com o cenário de insegurança que a população já vive em relação ao trabalho da polícia e principalmente da Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar (Rota).

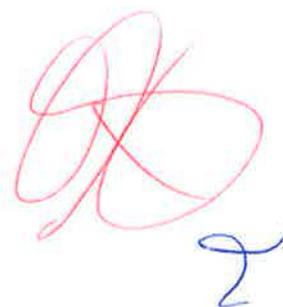
Sugestões de Estratégias

As duas matérias analisadas são faces da mesma moeda. Por um lado, profissionais na linha de frente do combate à violência urbana, que são acusados de serem extremamente violentos. Do outro, policiais da linha de frente que extremamente estressados retiram a própria vida.

A empatia com ambos os casos deve ser a palavra chave para que a assessoria de imprensa trabalhe o tema. Externamente, os dados do relatório sobre as mortes da ROTA chocam, é preciso pensar em um texto que traga também informações da Corregedoria sobre: investigações, prisões e denúncias falsas sobre o assunto. O release pode sair em separado a divulgação da Ouvidoria, preferencialmente antes, dessa maneira cria-se uma linha de raciocínio no interlocutor que passa por lembrar que a Polícia reconhece o problema e atua na mitigação e na solução.

Também cabe, em forma de pílulas, sejam em colunas nos jornais diários em todo estado, seja em ações com rádios locais, falar de números dos serviços prestados pela ROTA. Quantas prisões em flagrante, quantas situações vítimas atendidas, suspeitos encontrados, etc.

É preciso criar no entendimento coletivo que o serviço ostensivo de vigilância não é apenas um esquadrão de morte, mas sim uma necessidade em uma sociedade desigual que produz muita violência.



Data: 20/02/2020

Veículos: Isto É Dinheiro/ G1/ Agora São Paulo

Programas/editorias: São Paulo /São Paulo / São Paulo

Títulos da matéria: Coronel Marcelino deixa comando da Corregedoria da Polícia Militar de São Paulo/
Corregedor da Polícia Militar de SP pede afastamento do cargo/ Corregedor da Polícia Militar de SP pede
afastamento do cargo

Regiões: São Paulo/Capital/São Paulo

Veiculações: Neutra/Neutra/ Neutra

Análises

A história do coronel Marcelino Fernandes da Silva, comandante da Corregedoria da Polícia Militar de São Paulo e sua saída da liderança do órgão que comandava desde 2017, onde já atuava há mais de 30 anos, é tema das notícias. As matérias retratam a trajetória do Coronel e falam um pouco sobre sua expectativa na transferência para a reserva. Entre as declarações que estão disponíveis há uma lembrança sobre como a apuração de casos contra policiais mudou ao longo das três décadas de serviços prestados, já que atualmente, o uso de celulares por grande parte da população possibilita que seja possível apurar e verificar com maior precisão o que ocorre em cada denúncia. Segundo a reportagem, o substituto para o cargo ainda não foi definido e o posto deverá ser ocupado interinamente pelo tenente-coronel Rodney Moreira da Silva, de acordo com informações divulgadas pela corporação.

Pontos Positivos

Os materiais, embora não abordem dessa forma, mostram um trabalho consistente e de compromisso desenvolvido pela persona do Coronel, mas também a evolução da Corregedoria como órgão de controle da força policial.

Riscos à Imagem

O principal risco à imagem fica por conta da falta de nome para substituir o cargo do corregedor.

O trabalho do líder está ligado à apuração de casos muito midiáticos, como o da morte de jovens em um evento de funk na comunidade de Paraisópolis.

Sugestões de Estratégias

Diariamente profissionais da área de segurança encerram suas carreiras, no entanto, a saída de líder da 'fiscalização' de outros policiais chama a atenção dos meios de comunicação e também da opinião pública. Para enfrentar as possíveis crises que podem surgir com uma saída como esta, a assessoria de comunicação precisa ser informada previamente sobre esta retirada.

É necessário ter uma estreita relação com os jornalistas que estão acompanhando o tema, mas também se antecipar passando a informação e dando destaque para a notícia ser entendida como uma mudança natural e não como uma exceção.

Produzir um conteúdo para explicar como funciona a entrada de servidores da polícia na reserva, antes do anúncio da saída do coronel, possibilitará que o assunto seja tratado com informações corretas pela imprensa.

Data: 01/03/2020

Veículos: Isto É/ R7/ Agência EBC

Programas/editorias: São Paulo

Títulos da matéria: Policiais militares resgatam bebê abandonado dentro de bueiro/ Polícia Militar apreende R\$ 500 mil em nota falsa em São Paulo/ Polícia paulista prende 344 pessoas em operação pós-carnaval

Regiões: São Paulo/ Capital/ São Paulo

Veiculações: Positiva/ Neutra/Positiva

Análises

A Operação Carnaval Mais Seguro, que conseguiu apreender 220 quilos de drogas, 22 armas de fogo ilegais, recuperar 75 veículos e 49 celulares foi destaque no portal da Agência EBC. A polícia também divulgou o número de pessoas que foram abordadas na ação, ao todo, 42.080.

Outra ação que também foi tema de matéria jornalística foi a prisão de um homem na Zona Sul de São Paulo com R\$500 mil em notas falsas. Segundo o portal R7, os policiais informaram que o homem preso pertence a uma quadrilha especializada na produção de dinheiro falso e que o criminoso estaria também envolvido em um esquema de lavagem de dinheiro.

Já a IstoÉ destaca em seu portal uma daquelas ações de atendimento que a PM de tempos em tempo protagoniza. O resgate de um bebê de apenas 20 dias abandonado dentro de um bueiro na cidade São Paulo.

Pontos Positivos

Em todas as análises realizadas neste material é destacado o contínuo trabalho das polícias, tanto Civil quanto Militar. A atuação individual em fatos cotidianos, como o resgate do bebê, é um destaque positivo, já que é possível fazer parte de uma corporação, mas também estar consciente do papel individual que cada pessoa fardada exerce.

Outro ponto positivo é o trabalho de Operações como a chamada Carnaval Mais Seguro que mostra organização e trabalho efetivo em conjunto das forças policiais. Este tipo de mensagem é o que pode fomentar pontos positivos para a imagem de toda a corporação diante da população paulista e de todo o Brasil.

Riscos à Imagem

Não foram detectadas situações que ameacem a imagem da corporação ou da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo

Sugestões de Estratégias

A entrega do balanço de ações como a realizada através da Operação Carnaval Mais Seguro é um bom conteúdo que pode ser encaminhado durante uma entrega de release, mas que também pode ser trabalhado de uma forma mais integral fazendo uso de ferramentas de comunicação mais modernas e que estão disseminadas em toda a sociedade.

Para isso, uma equipe de comunicadores disponível ao longo dos 5 dias de carnaval é necessária. A equipe seria dividida no trabalho de assessorar a imprensa, equipe de vídeo e foto para acompanhar a ação dos policiais na rua e uma equipe que atuaria junto aos influenciadores digitais.

Antes de iniciar a ação, seria necessário realizar uma pesquisa que apontaria quem são os influenciadores digitais mais aderentes ao tema carnaval e segurança e verificar que tipo de estratégia poderia ser adotada para a divulgação, em tempo real, das ações da polícia. O engajamento das pessoas que acompanham os influenciadores é de extrema importância e traria uma visibilidade a partir de um ponto de vista diferente para a população.

Este canal de comunicação precisa ser acompanhado pelo canal de comunicação oficial que fará a divulgação dos vídeos e fotos captados durante as ações da polícia que de forma mais formal prestará conta das ações realizadas, também em tempo real, nas redes sociais.

Durante os cinco dias de Carnaval a equipe de atendimento à imprensa precisa estar muito pronta e focada em gerenciar as crises que aparecerão. Estreitando o laço de relacionamento com as redação e não apenas fazendo a entrega de releases.

Por fim, ao término do período de festas fazer a entrega de um texto com balanço acompanhado de entrevista exclusiva do secretário de Segurança Pública em um veículo de grande circulação poderá gerar o ganho de imagem consistente para a corporação.



Data: 03/03/2020

Veículos: A Cidade ON/ UOL

Programas/editorias: Região/ Cotidiano

Títulos da matéria: Delegacia Eletrônica passa a registrar BOs de violência contra a mulher/ Polícia investiga morte de gata queimada viva no interior de São Paulo

Regiões: São Carlos/ São Paulo

Veiculações: Positiva/ Neutra

Análises

A Delegacia Eletrônica, criada em 2000, é destaque na matéria do portal A Cidade On, que noticia a ampliação dos serviços que são atendidos de maneira remota. Segundo a matéria, Delegacia Eletrônica tem como principal objetivo facilitar e incentivar o registro de ocorrências, evitando assim a subnotificação de crimes e a aglomeração de pessoas na delegacia durante a pandemia de COVID-19.

Já a mais de 20 anos em uso, o jornal Cidade On lembra que desta vez, a Delegacia Digital está olhando também para o atendimento das mulheres durante a pandemia de COVID-19.

Já na matéria do UOL, um caso de maus-tratos a uma gata foi registrado na cidade de Apiaí. A investigação está sendo conduzida pela Polícia Civil. Os donos da gata, que já tinha 5 anos, acredita que ela foi vítima de um ataque com água quente e que isso levou o bichano a morte.

Pontos Positivos

Como ponto positivo podemos destacar na matéria de serviço do Cidade On o destaque dado a preocupação da Polícia em ampliar o escopo de registro de casos pelas plataformas digitais.

O crime de violência doméstica teve um crescimento exponencial durante o período de isolamento social e o jornal reconhece isso. Também reconhece que o trabalho da Polícia ao ampliar esse tipo de registro é um sinal dos novos tempos, em que a tecnologia e as provas para o caso podem ser conseguidos por meio dos aparelhos celulares das próprias vítimas.

Riscos à Imagem

Enquanto há um esforço para divulgar a Delegacia Eletrônica e também a ampliação no registro de crimes, incluindo os maus tratos aos animais, a matéria do UOL dá a entender que, embora tenha ocorrido um crime e um boletim de ocorrência tenha sido registrado, a investigação dificilmente conseguirá descobrir o que ocorreu com o felino.

Deste modo, é preciso olhar com preocupação esse discurso, já que o boletim de ocorrência é a porta de entrada para que a polícia investigue e os culpados prestem esclarecimentos perante a justiça. Se já no registro a apuração jornalística aponta para uma impossibilidade de conclusão, todo o sistema pode ser desacreditado.

Sugestões de Estratégias

Utilizar como ferramenta de registro um sistema, disponível a partir de qualquer dispositivo conectado à internet, proporciona maior comodidade e praticidade às vítimas, que não precisam mais se deslocar até os distritos policiais para registrar as ocorrências.

Mas a população quer um pouco mais de informações e para a imagem da Polícia explicar sobre a continuidade do trabalho e o caminho pelo qual percorre uma investigação, é de extrema importância para a imagem das corporações. Obviamente resguardando o que for necessário

Por este motivo, é preciso haver um projeto duradouro e consistente de registros internos sobre a atuação da Polícia Civil na apuração dos fatos reportados pela forma digital. Uma sugestão seria manter uma landing page com materiais educativos sobre como acessar as páginas da Delegacia Eletrônica, registro de casos resolvidos, e dados tais como o registro de mais 13 milhões de ocorrências, sendo mais de 220 mil somente nos dois primeiros meses de 2020. Neste produto de comunicação originalmente definido como página de aterrissagem ou a página que um usuário acessa para entrar em um site, será possível checar as taxas de conversão e de acesso da população trazendo uma visão mais ampla para o setor de comunicação da polícia sobre como as pessoas estão conhecendo e percebendo o trabalho da polícia.

Data: 06/03/2020

Veículos: Jovem Pan/Portal NEV-USP

Programas/editorias: Cidades/Notícias

Títulos da matéria: A cada três dias, uma mulher é vítima de feminicídio em São Paulo/O Impacto da Covid-19 na segurança pública

Região: São Paulo/ São Paulo

Veiculações: **Negativa/ Negativa**

Análises

No Portal NEV-USP uma notícia dedica espaço para discutir o impacto da Covid-19 na segurança pública de São Paulo. Segundo dados divulgados na matéria e pelo anuário Brasileiro de Segurança Pública, a taxa de homicídios de policiais militares que foram mortos em serviço é de 3,6 a cada 100 mil (os que são responsáveis pelo policiamento ostensivo), enquanto a taxa de suicídios de 21,7 a cada 100 mil policiais. Isto significa que em São Paulo, um policial se suicida em uma proporção 6 vezes maior do que é morto em serviço.

Na Rádio Jovem Pan noticia, com exclusividade, dados conseguidos através da Lei de Acesso à Informação com a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo que mostram informações sobre o perfil de criminosos condenados por feminicídio no Estado. Segundo a reportagem, 98% dos acusados têm entre 30 a 39 anos de idade e a maior parte dos crimes acontece de noite ou madrugada.

Com entrevista de especialista a matéria critica a necessidade de preparação dos policiais para melhor atender aos chamados.

Pontos Positivos

Não foi possível detectar pontos positivos nos materiais analisados.

Riscos à Imagem

Tanto a Rádio Jovem Pan quanto a Revista NEP mencionam que é preciso realizar reciclagem constante com os policiais que atuam diariamente em contato com o público. Com o embasamento na fala de especialistas a matéria da Jovem Pan informa que o feminicídio tem índices altos, mas que ainda é subnotificado pois muitas Delegacias não tem policiais capacitados para realizar o atendimento às vítimas. Os apontamentos deixam claro que os policiais são vítimas de abandono corporativo e que essa situação acarreta em problemas graves para os cidadãos atendidos.

Sugestões de Estratégias

Como já falado anteriormente, as estratégias de comunicação têm mudado e sido alteradas conforme o tempo e os avanços tecnológicos têm se mostrado inerentes a vida cotidiana. Diante desta afirmação e sob a luz das matérias analisadas é preciso pensar em um trabalho de comunicação interna que contemple a necessidade e a demanda por informação e atendimento que a corporação clama.

Uma estratégia de comunicação que pode ser utilizada é, em conjunto com apoiadores, oferecer consultas on-line para atender policiais que busquem apoio psicológico. Caberia ao setor de comunicação fazer com que essa informação, sobre a disponibilização de atendimento chegasse até os policiais e, novamente, o uso da tecnologia seria uma possibilidade aqui.

O estado de São Paulo possuiu centenas de delegacias e Batalhões da PM espalhados por todo território, por isso, essa comunicação precisa ocorrer de forma sistêmica a ponto de chegar até a cidade mais distante. A criação ou utilização de canais digitais localizados na regiões seria uma solução. Poderia ser uma página para cada corporação, divulgada apenas internamente, para as pessoas que estão atuando nas polícias e suas autarquias, neste espaço constaria a forma de acessar o serviço de atendimento de maneira anônima possibilitando que, o policial com seu login e senha tenha um espaço seguro para ser atendido e olhar para a dor psíquica que precisa de tratamento.



Data: 08/03/2020

Veículos: G1/G1/ R7/Página Zero

Programas/editorias: São Paulo/Santos e região/ Capital/ Geral

Títulos da matéria: Mudanças nas delegacias da mulher têm descaracterizado atendimento especializado, diz primeira delegada da mulher do Brasil/ Polícia Civil promove ação para emissão de RG das vítimas das fortes chuvas na Baixada Santista/ SP tem 1 milhão de carros roubados e furtados no Estado em 5 anos/ SP tem 1 milhão de carros roubados e furtados no Estado em cinco anos

Regiões: São Paulo/ Baixada Santista/ São Paulo/Brasil

Veiculações: Negativa/ Positiva/ Negativa/Negativa

Análises

O portal R7 e o jornal Página Zero destacam dados da Secretaria de Estado da Segurança Pública de São Paulo que mostram que entre 2014 e 2019, conforme boletins de ocorrência policiais registrados, mais de 1 milhão de casos de roubo e furto foram registrados em todo estado.

Já o portal G1, site de notícias da TV Globo destaca uma entrevista com a primeira delegada mulher, conhecida como Dr. Rose, que faz críticas a descaracterização das delegacias especializadas em apoiar o gênero feminino em situações de segurança. Segundo a delegada, a descaracterização das delegacias deixam o ambiente menos acolhedor para as vítimas, reduzindo os números de denúncias. O mesmo portal (G1), mas na editoria de Santos, destaca o trabalho de mutirão que a Polícia Civil da Baixada Santista está promovendo para regularizar a documentação de moradores que perderam documentos durante enchentes.

Pontos Positivos

É muito positivo quando os meios de comunicação dão espaço para as ações das polícias junto às comunidades.

A humanização do trabalho do policial é uma necessidade latente em uma sociedade que discute se o armamento não deveria ser liberado.

Riscos à Imagem

A acusação de um membro muito respeitado dentro da polícia civil, como é a Dra. Rose é muito relevante e precisa ser levado em consideração.

Enquanto o mundo assiste o crescimento exponencial de denúncias de violência doméstica parece um total contrassenso fechar as delegacias femininas e transformá-las em locais menos amigáveis às mulheres.

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

A assessoria de imprensa precisa ficar atenta a este tipo de matéria e seus desdobramentos.

Sugestões de Estratégias

Como estratégia para melhor explicar o atendimento às mulheres existe a necessidade de divulgar nos veículos com foco no público feminino as parcerias e os atendimentos prestados dentro dos serviços de segurança pública de todo estado e não apenas com o foco na estrutura física das Delegacias das Mulheres. Este trabalho pode contar com uma série de reportagens que exaltem profissionais que trabalham no atendimento das mulheres e também na educação e formação de outros profissionais que atuam no acolhimento das vítimas e no encaminhamento das investigações.

Um meio que tem bastante visibilidade é o meio digital, por isso, solicitar apoio e espaço em locais como Universa ou Celines - UOL e O GLOBO, respectivamente - podem render materiais interessantes e acesso do público a histórias pouco conhecidas mostrando que o trabalho de apoio e proteção as mulheres é bastante amplo e confiável.

Data: 09/03/2020

Veículos: Isto É/ Valor Econômico

Programas/editorias: São Paulo /Política

Títulos da matéria: Após desgaste com Doria, PM de São Paulo tem novo comandante-geral/ Dória muda comando da PM para debelar crise na Segurança Pública

Regiões: São Paulo/ Capital

Veiculações: **Negativa/ Neutra**

Análises

Os dois veículos de comunicação analisados aqui tratam da crise institucional vivida entre o Governo do Estado de São Paulo e as equipes de segurança pública da Polícia Civil e Militar.

Embora ambos os materiais tratem do mesmo assunto, enquanto o jornal Valor Econômico dá um caráter mais informativo à revista Isto É opta por apontar um caminho mais opinativo, já no título.

A questão do desgaste na imagem do governador de São Paulo, João Doria, não consta no lead do material que dá o nome do substituto, no entanto, ao longo da reportagem o tom de disputa entre a Polícia Militar e o governador João Dória fica evidenciado.

O Valor Econômico atribui a saída do Coronel Salles as mortes ocorridas em Paraisópolis após a ação policial que matou jovens durante baile funk realizado no local.

Pontos Positivos

É possível, com esforço, dizer que a alteração no quadro da Polícia Militar mostra uma reação do governo de São Paulo. O caso de Paraisópolis foi muito grave e o pedido do relatório da Corregedoria da Polícia Militar apontava para uma absolvição dos policiais, o que ficou muito ruim com a opinião pública. Desta forma, a troca no comando parece ter sido a melhor saída e de maneira positiva demonstra um esforço do governador João Dória para conter possíveis injustiças.

Riscos à Imagem

Crises no sistema capitalista/democrático são uma realidade. Em todos os regimes mundiais o sistema é movimentado por crises recorrentes. Porém, os problemas com a polícia paulista são mais do que recorrentes e acabam deixando na população a sensação de que não são tratados.

As duas matérias mostram como a Polícia Militar é um órgão independente que realiza operações catastróficas sem avisar o Governo Estadual e seguem as próprias leis, a ponto de se recusar a levar para justiça os responsáveis pela situação em Paraisópolis.

É muito negativo o que as matérias retratam, pois elas têm um caráter de deixar marcas profundas na carreira do governador e nas crises institucionais recorrentes no Estado.

Sugestões de Estratégias

O que é a Corregedoria da Polícia? E como ela funciona? Quais são os coronéis colocados no cargo para gerência do órgão? Essas perguntas estão presentes na cabeça dos brasileiros de maneira geral e cabe a assessoria de comunicação ter a sensibilidade de encontrar as respostas e entregar, da melhor maneira possível, este retorno.

No Brasil, a Polícia Militar tem um papel gigantesco e de muita importância. Vai desde situações de salvamento, como os bombeiros, por exemplo, até a de apreensões e violência policial.

Por isso, um discurso comunicacional alinhado com a realidade é obrigatório. Em todos os releases, é preciso incluir um *wording*, isto é, um breve resumo com o histórico conciso da corporação.

Por outro lado, durante as trocas de comando, imediatamente a assessoria de imprensa deve convidar este porta-voz para um treinamento de mídia que será a porta de entrada para a preparação com as mensagens-chaves sobre o trabalho policial e como este comando deve se comportar na frente da imprensa.

Não negligenciar o aprendizado sobre as redações é o primeiro passo para promover o ganho de imagem que está sendo buscado.

Data: 10/03/2020

Veículos: G1/ Jovem Pan/ TV Globo

Programas/editorias: São Paulo/ Brasil/ SP1

Títulos da matéria: Entidades dizem que lei que obriga hospitais a notificar polícia em casos de violência contra mulher fere ética médica/Novo comandante da PM pede 'serenidade e tranquilidade' em patrulhamentos em SP/ Médicos devem notificar sobre mulher agredida

Regiões: São Paulo/ Capital/Capital

Veiculações: **Negativa/ Positiva/ Negativa**

Análises

O uso de violência por parte dos policiais de São Paulo foi destaque por meses em diversos veículos de comunicação. Dentro deste contexto a Jovem Pan destaca em reportagem a fala do Coronel que pede mais serenidade para o patrulhamento nas ruas.

Já o G1 faz um trabalho de noticiar o descontentamento de profissionais da área da saúde quanto à lei federal que obriga médicos a realizarem denúncias para polícia sobre maus tratos com mulheres. No entendimento das entidades médicas, a lei fere a confiança e a confidencialidade entre médico e paciente. Além disso, a falta de protocolo estadual para que seja cumprida a lei federal é uma outra preocupação por parte dos profissionais.

Pontos Positivos

O discurso conciliador do comandante escolhido para chefiar as forças de segurança em São Paulo é um ponto muito importante para a imagem da crise em que a polícia paulista passava.

Este também é um reconhecimento importante para ser dado ao governo do Estado que em meio a uma crise sanitária e econômica conseguiu conter uma ação que poderia ter consequências ainda mais graves para toda a população

Riscos à Imagem

É muito arriscado obrigar os profissionais da saúde a quebrarem a relação de confiança do serviço de atendimento

Ainda que a lei seja federal, em nota, as Secretaria de Saúde e de Segurança informam que estão preparando um protocolo e que deve ser enviado em breve para as unidades o que passa a ideia de que o governo estadual corrobora com a medida o que aumenta, ainda mais, os pontos de tensão da medida.

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

O governo de São Paulo precisa estar atento para não corroborar com medidas que ao invés de proteger, apenas reduzem a possibilidade de proteção de mulheres, crianças e adolescentes vítimas de violência.

Sugestões de Estratégias

A matéria televisiva transmitida na TV Globo no jornal SP1 fica clara a necessidade de falar sobre o tema no meio televisivo, o de maior audiência entre os cidadãos de São Paulo. A assessoria de imprensa deve trabalhar em outra frente, ainda com a televisão, falando especificamente do atendimento de saúde que já é realizado e promovendo a mensagem de que os serviços de saúde são espaços seguros e que elas precisam e devem continuar buscando ajuda. O ideal aqui é ter um porta-voz que trabalhará a pauta na televisão explicando como funciona o serviço hoje e como é a atuação em parceria com os órgãos de segurança.

Para combater este processo de desmotivação de denúncias, a Secretaria pode anunciar um trabalho conjunto que prevê discussões e debates para entender quais os protocolos serão possíveis de seguir. Com uma resposta para a imprensa avisando que o trabalho está sendo feito, a mensagem da comunicação tem que manter o foco na disseminação da informação de que os serviços de saúde estão à disposição para colaborar com as vítimas e que elas devem continuar contando com este apoio e acolhimento.

Um release com números de atendimento em saúde e investigações policiais pode ser muito útil para atender os veículos que não conseguirem realizar a entrevista com o porta-voz.



Data: 11/03/2020

Veículos: Ponte Jornalismo/ G1/G1

Programas/editorias: Geral/São Paulo/Santos

Títulos da matéria: Mudar sede da Ouvidoria da Polícia de SP vai inibir denúncias, afirma ouvidor/ Toque de recolher das 20h às 5h em SP terá mais blitzes e fiscalização: 'pessoas serão orientadas a ir para casa', diz SSP/Mulher esfaqueia companheiro para se defender de agressões em SP

Regiões: São Paulo/ São Paulo /Guarujá

Veiculações: Negativa/Positiva/Neutra

Análises

Para esta análise foram levantadas duas matérias do portal G1. Uma com informações da editoria em São Paulo e outra com dados de Santos. Em São Paulo o destaque são as operações implementadas pelo Governo do Estado para coibir a circulação de pessoas durante o período de quarentena estabelecido em todo o Estado de São Paulo. Já na editoria Santos, a notícia é um crime de violência doméstica em que uma mulher, para se defender das agressões, esfaqueia o companheiro. O caso ocorreu no Morro do Engenho, em Guarujá, no litoral de São Paulo.

Por fim, o material da Ponte Jornalismo traz informações sobre a mudança física da sede da Ouvidoria da Polícia de São Paulo. A reportagem aborda as diversas opiniões sobre a mudança, em sua maioria contrárias, e publica nota da Secretaria de Segurança Pública que fala sobre inadequação do prédio e necessidade de transferência.

Pontos Positivos

A busca incessante por conscientização da população quanto a gravidade da crise sanitária e o trabalho de fiscalização por parte da polícia militar é um destaque positivo nas matérias analisadas. Toda a situação com a COVID-19 sempre foi tratada de maneira séria e profissional pelo Governo de São Paulo, que mesmo diante dos negacionismos perpetuados entre as pessoas e pelo Governo Federal seguiu o projeto de evitar grande número de mortes pela doença no Estado.

Riscos à Imagem

Resolver na imprensa uma discussão sobre mudança da sede física de um órgão é um ponto que enfraquece a imagem e o trabalho, tanto da Secretaria de Segurança Pública, quanto do secretário.

A discussão sobre a mudança da sede é confirmada pela nota da Pasta que afirma que o ouvidor já falou sobre seu descontentamento sobre a mudança. Esta informação em nada é relevante para o leitor que quer fazer uma reclamação e apenas reitera a mensagem de desconexão e desentendimento das forças públicas que deveriam estar focadas em atuar na defesa dos cidadãos.

Sugestões de Estratégias

Buscando evitar sair do nível de comunicação pouco assertiva, a assessoria de imprensa pode apostar na divulgação de dados que, com transparência, expliquem a necessidade de mudança do prédio da Ouvidoria e que também reforcem o trabalho do órgão.

Para que a comunicação seja a contento, o ideal é buscar um veículo de grande circulação e fazer com eles um material exclusivo que já apresenta onde e como ficará a nova sede. No material, será importante colocar dados sobre os pedidos recebidos pelo órgão.

Tudo isso, poderá compor uma matéria com espaço em um jornal impresso, que fará a replicação do conteúdo para o site e muitas vezes a distribuição do material, como uma agência de notícias, o que portanto garante para o tema uma visibilidade em veículos menores espalhados em todo o Estado e até pelo Brasil.

Outra frente que precisa ser trabalhada é a da oferta do serviço da Ouvidoria. No material uma ONG afirma ser quem mais leva denúncia, mas como o cidadão pode denunciar? Este tipo de conteúdo sobre como, onde e quando fazer uma denúncia deve estar disseminado em todos os meios de comunicação e principalmente nos mais populares, tendo em vista os dados que afirmam que a violência policial é mais sentida nas periferias das grandes cidades.

Rádios e Podcasts são meios indicados para propagar essa informação que deve ser clara e direta, sem uso de muitos meios ou entrevistas.

Data: 16/03/2020

Veículos: Jovem Pan

Programas/editorias: Brasil

Títulos da matéria: Jovem atingida por disparo no rosto em dispersão de baile funk ainda aguarda respostas

Regiões: São Paulo

Veiculações: Negativa

Análises

A Rádio Jovem Pan que ampliou sua ação na área jornalística, mantém também um site com imagens e é neste espaço que está divulgada a matéria sobre uma adolescente que acusa policiais de atirarem em seu rosto quando ela tinha apenas 14 anos e participava de um baile funk em Paraisópolis.

O vídeo gravado com a jovem que não quis se identificar mostra uma fala sobre os policiais terem alterado a cena do ocorrido e sumido com a bala que teria ficado alojada em seu rosto, tudo isso ocorreu em 2017 e o caso segue sem apuração.

Para a redação da Jovem Pan, a assessoria de comunicação informou que o caso já havia sido investigado e nenhuma irregularidade havia sido detectada.

Pontos Positivos

Não há pontos positivos no material veiculado pela Jovem Pan.

Riscos à Imagem

O trabalho da polícia é colocado em dúvida em duas frentes. Primeiro com o patrulhamento ocorrido na comunidade de Paraisópolis em 2017, quando a vítima foi atingida por um tiro e depois por não ter uma investigação da ação dos policiais e nem mesmo uma resposta por parte da corporação.

É grave e deixa marcas profundas do ponto de vista da comunicação este tipo de matéria em que se ouve um lado e uma nota curto com poucas palavras é a resposta da Secretaria.

Sugestões de Estratégias

Trazer a Corregedoria para o discurso é de extrema importância e a saída que pode promover ao menos que a abordagem jornalística seja levada a sério.

Ouvir as duas partes é dos principais básicos ensinados nas universidades de jornalismo, porém, o outro lado pode se apresentar apenas com uma nota fria ou demonstrar empatia com a questão e mostrar o que ocorreu com o caso para demonstrar, mesmo que de uma forma não completamente transparente, qual investigação foi realizada.

A vítima alega que não foi consultada, a assessoria de imprensa não pode se satisfazer com uma nota dizendo o contrário. É preciso ir além e mesmo que em forma de texto, sem entrevistado, é importante mostrar o que ocorreu com a investigação e como o trabalho da Corregedoria é sério e importante.

Data: 20/03/2020

Veículos: A Cidade ON/A Cidade On

Programas/editorias: Cotidiano/ Cotidiano

Títulos da matéria: Polícia orienta população a registrar BOs pela internet/ Polícia reduz atendimento por causa da pandemia de covid-19

Regiões: São Carlos/ Araraquara

Veiculações: Positiva/ Negativa

Análises

O Portal Cidade On possui redações em cidades do interior de São Paulo. As análises realizadas neste trabalho foram publicadas no portal focando nas cidades de São Carlos e Araraquara.

É importante observar que, em Araraquara, o lead do material fala de redução de atendimento, ainda que seja de responsabilidade do isolamento social, a reportagem foca na queda do atendimento, enquanto em São Carlos o lead da matéria fala da proposta de ampliar o atendimento on-line, entendendo que a medida deve ajudar a diminuir a circulação de pessoas dentro das unidades policiais.

Mas, a redação de Araraquara embora cite que a prevenção à proliferação como motivo para redução de registo, o destaque para a manutenção do atendimento não fica clara.

Pontos Positivos

O Portal Cidade On salienta que as Delegacias da cidade estão abertas e recebendo a população. Esta é a mensagem que querem levar para a população.

O material é curto, mas bastante positivo deixando a impressão de que o trabalho da polícia de São Paulo está sendo realizado apesar das dificuldades do período.

Riscos à Imagem

É nítido na abordagem de Araraquara que a mensagem chave é a redução do atendimento, enquanto na realidade o trabalho é de busca por cumprir medidas sanitárias necessárias durante o período pandêmico.

A falta de destaque para o uso de novas tecnologias e a entrevista do Coronel na matéria de Araraquara são outros pontos críticos, já que é dito que as formações para os policiais estão suspensas.

Sugestões de Estratégias

Nesta análise é possível identificar como o mesmo assunto pode ser tratado de duas formas distintas pela imprensa. Por isso, ter em mente a mensagem chave e um plano de atuação junto às redações no interior do Estado é tão importante.

Olhando para o atendimento à imprensa como costuma ser realizado, com sede em São Paulo, poderia ser iniciado por aí uma mudança, criando um setor dentro da comunicação que acompanhe as demandas de imprensa, mas também as políticas públicas de segurança espalhadas por todo o Estado.

Sabendo que o Brasil é um país de dimensões continentais e o estado de São Paulo possuiu uma das maiores forças policiais do país, é preciso observar as diferenças regionais contidas no Estado. Por isso, para melhor atender a demanda das regiões vizinhas - Araraquara e São Carlos - um trabalho de comunicação com releases distintos trazendo exemplos locais pode causar uma melhor impressão na imprensa local.

Um bom exemplo, seria mostrar, através de números, que não houve redução do atendimento, apenas uma reformulação na forma de trabalhar, fazendo melhor uso das tecnologias e promovendo a segurança necessária para a saúde dos policiais. Um discurso um pouco diferente, destacando mais a forma do trabalho e não a redução geraria maior confiança da população e não uma preocupação quanto ao aumento no número de crimes.



Data: 22/03/2020

Veículos: Folha Metropolitana

Programas/editorias: Cidades

Títulos da matéria: CORONAVÍRUS: Polícia Civil pede à cosmopolenses que realizem BO pela internet

Regiões: Cosmópolis

Veiculações: Positiva

Análises

A Folha Metropolitana replica o mensagem do release disseminado pela assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo. O jornal, no entanto, destaca a ação de conscientização da Polícia Civil e pede aos munícipes que registrem algumas ocorrências pela internet, através da Delegacia Eletrônica. A medida foi adotada em todo o Estado de São Paulo e tem a finalidade de reduzir a circulação de pessoas nas delegacias de polícia. O grande número de pessoas que circula diariamente em busca de registrar Boletins de Ocorrências (BO). A matéria informa que, com a ferramenta digital passa a ser possível registrar ocorrências como: roubo ou Furto de Veículos, Furto ou perde de documentos, Celular, Placa de Veículos ou Bicicletas, Injúria, calúnia ou difamação, Acidente de Trânsito sem vítimas, Desaparecimento de Pessoas, encontro de pessoas e proteção animal.

Pontos Positivos

O material informativo aproxima a medida que vale para todo o Estado dos moradores de Cosmópolis ao mencionar a polícia civil local.

Outro ponto positivo da matéria é a lista de crimes que pode ser, agora, registrada pela internet, uma grande mudança para os moradores paulistas e para a realidade do trabalho de segurança pública brasileiro.

Riscos à Imagem

Embora o material seja informativo, não há explicação dos procedimentos para cada crime a ser registrado, e o site que consta na publicação é o geral da Delegacia Eletrônica. Neste caso, embora haja menção do apoio em conscientizar as pessoas, fica de fora do material a verdadeira conscientização.

Sugestões de Estratégias

No material divulgado pela Folha Metropolitana vemos uma matéria positiva e informativa sendo entregue por um release a um jornal do interior. O procedimento de divulgação é o mais comum utilizado pelo Governo do Estado.

Porém, em novos tempos em que, tanto os recursos de Segurança Pública são ampliados, quanto o uso de novas tecnologias torna-se realidade é preciso pensar em alternativas que deixem o público alvo mais propenso a verificar a informação e, principalmente, fazer uso dela.

Por isso, uma sugestão que poderia acompanhar a estratégia do release seria acrescentar um infográfico com o caminho a ser percorrido pela pessoa interessada em registrar o B.O.

No atual formato de informação utilizado pelas pessoas, ferramentas estritamente visuais, como o Instagram são fortemente utilizadas, assim, pensar em um conteúdo visual que acompanhe o release pode deixar mais atrativa a informação. Um infográfico, com um caminho mostrando como o pedido feito segue dentro da estrutura policial e quais são as responsabilidades do reclamante seria de grande valia para demonstrar de maneira clara o acompanhamento que pode ser dado a determinadas reclamações e pedidos.

O conteúdo em imagem poderia também seguir por outros caminhos, tais como, grupos de WhatsApp e Telegram, dois dos mais utilizados aplicativos de mensagens instantâneas do mundo.

Como estratégia de divulgação, poderiam ser distribuídos infográficos diferentes, caso cada tipo de reclamação siga caminhos distintos. Essa distribuição de imagens poderia ocorrer para cada região considerando o número de registros mais comuns. Por exemplo, a região de Barretos registra um grande número de documentos perdidos, assim, o release privilegiaria esta informação com a imagem de como se dá o recebimento pelo meio on-line.

Data: 24/03/2020

Veículos: Diário do Litoral/ CBN/ Voz Olimpense/ Jornal de Jundiaí/ A Cidade ON/R7

Programas/editorias: Cidades/ Local/ Cidades/ Cotidiano/ Brasil-Mundo/ Coronavírus

Títulos da matéria: Coronavírus: Delegacia Eletrônica vai ampliar possibilidades de registros de crimes/ Delegacia Eletrônica amplia opções para ocorrências virtuais/ Delegacia eletrônica amplia serviços e passará a registrar roubos, furtos, ameaças dentre outros crimes/ São Paulo amplia possibilidade de registros na Delegacia Eletrônica/ Governo de SP amplia delegacia eletrônica para evitar público em unidades/ São Paulo amplia registro de ocorrência pela Internet

Regiões: Baixada Santista/ Campinas/ Olímpia/ Jundiaí/Ribeirão Preto/ São Paulo

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva/Positiva/Positiva/ Positiva

Análises

O anúncio da ampliação da delegacia eletrônica feita pelo governo de São Paulo como forma de evitar a aglomeração de pessoas nas unidades policiais do estado é destaque nos jornais R7, Diário do Litoral, Voz Olimpense, CBN Campinas, Jornal de Jundiaí e Cidade On de Ribeirão Preto. A ampliação da delegacia eletrônica estava prevista para o segundo semestre, mas foi antecipada para contemplar a realidade vivida com a Covid-19. Alguns materiais contam com a fala de agentes locais de segurança que elogiam a medida e esperam que o anúncio proteja também os policiais de possíveis contágios.

Pontos Positivos

O uso de tecnologia integrada para cuidar das questões de segurança é uma realidade mundial. Diariamente, são investidos milhões de reais na busca por alternativas que promovam a ampliação da segurança, principalmente através do uso de ferramentas digitais. Contudo, ver o esforço com o propósito de promover maior interação entre os meios policiais e a sociedade é uma grande ganho de imagem para o Governo de São Paulo.

A fim de seguir caracterizando o trabalho das delegacias como essencial, mesmo durante o período conturbado em que todo o mundo enfrentou, evidenciou a postura firme e condizente com a realidade o Estado mais rico do país.

Enquanto as forças de segurança de vários estados não conseguiram conter os crimes ou criar alternativas possíveis para atender a população e buscar promover mais segurança principalmente, para os públicos mais vulneráveis, São Paulo inova e mesmo com o grande fluxo de pessoas que vivem no Estado, mantém a vanguarda nas ações de segurança.

Riscos à Imagem

Nos casos analisados neste compilado de matéria do dia, não foi detectado nenhum grande risco à imagem da Secretaria de Segurança Pública do Estado ou mesmo as forças policiais que compõem o órgão.

Sugestões de Estratégias

O uso contínuo de tecnologias tornou-se uma realidade para praticamente toda a população mundial, obviamente, resguardadas as diferentes de acesso existentes. O fato é, que quando falamos de projetos públicos, todas as pessoas que fazem parte de uma nação devem estar contidas no trabalho, assim como na estratégia de comunicação.

Informar sobre tecnologia e mudanças tecnológicas que facilitem a vida das pessoas ou que mudem seus hábitos é um grande desafio para as redações de comunicação pública, que devem ampliar seu escopo de atuação, deixando o release para área de segurança, no caso de SSP, ou o release para as editorias de cidades e chegar também até os jornalistas que cobrem tecnologia, por exemplo.

O site UOL tem uma coluna chamada Tilt dedicada exclusivamente ao trabalho de noticiar e discutir as mudanças tecnológicas na sociedade brasileira. Este espaço seria interessante para colocar em pauta a alteração do serviço, o desenvolvimento do programa e a segurança da ferramenta.

O desenvolvimento do programa para registro de boletins rende muitas etapas de divulgação para veículos que cuidam de tecnologia. Canais on-line como TecnoBlog, TechTudo e até as editorias sobre tecnologia em jornais mais tradicionais teriam interesse em conhecer o trabalho de atuação de uma equipe de engenheiros voltada a criar soluções tecnológicas para o atendimento da população de São Paulo.

Data: 25/03/2020

Veículos: O Dia/ O Estado de S. Paulo/Folha de Vila Prudente/TIInside

Programas/editoriais: Locais/ Coluna Fausto Macedo/ Cidade/ Gestão

Títulos da matéria: Governo de SP amplia possibilidade de registros na Delegacia Eletrônica/ Após denúncia de Dória, Polícia abre inquérito sobre fake news de toque de recolher de São Paulo/Governo amplia registros de ocorrências na Delegacia Eletrônica/Governo de São Paulo amplia possibilidade de registros na Delegacia Eletrônica

Regiões: São Paulo/ Nacional/ Capital/São Paulo

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva/Positiva

Análises

Os veículos de imprensa, O DIA, Folha de Vila Prudente e portal TIInside informam que o projeto Delegacia Eletrônica, implementado em São Paulo desde 2000, ampliou o registro de uma série de crimes que passaram a poder ser informados digitalmente.

Já o Estado de S. Paulo dá destaque para a denúncia feita pelo governador João Dória sobre fake news. O jornal explica que o governador entregou provas para que a polícia encontre os criminosos que estão disseminando informações falsas.

Pontos Positivos

A divulgação do número de registros feitos por meio do uso da Delegacia Eletrônica em todo o Estado de São Paulo é um ponto relevante nos materiais verificados nesta análise.

Principalmente, quando esta informação está sendo propagada em portais pela internet onde, sabemos que os leitores estão atentos a ter acesso às informações mais relevantes e de forma rápida.

Riscos à Imagem

Dentro do que foi abordado nos materiais analisados não houve percepção de risco à imagem da Secretaria de Segurança Pública e nem mesmo para o Governo de São Paulo.

Sugestões de Estratégias

Um método de dar visibilidade de uma medida pública na comunicação governamental é a realização da coletiva de imprensa e depois o disparo de um release com informações sobre o que foi anunciado de maneira geral para um mailing previamente levantado de veículos de imprensa.

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

A estratégia surte efeito, porém, é complicado mensurar o quanto a estratégia de fato promoveu o entendimento da população. Este é um grande desafio por parte da comunicação mas, alguns indicadores podem ser adotados com a finalidade de checar, ainda que não seja de forma definitiva como foi a apropriação da mensagem por parte da população.

Novamente, a tecnologia é o recurso apropriado para fazer essa solicitação. Por exemplo, ao término de cada boletim de ocorrência eletrônico, poderiam ser enviadas aos cidadãos duas perguntas, tais como: Como tomou conhecimento deste serviço? E qual a sua avaliação do sistema?

Ambas com múltiplas escolhas que permitam saber se foi a imprensa que levou o informação até ele e se o cidadão conseguiu fazer uso da ferramenta sem grandes dificuldades.

Essa atitude não trará uma resposta definitiva, mas dará uma colaboração para verificar se a estratégia coletiva + release de fato é ainda o melhor caminho ou se o uso ampliado dos canais de comunicação não é uma proposta mais inovadora e abrangente para a comunicação pública e governamental.

Ações de acompanhamento dos textos são pouco propagadas e muitas vezes podem ser o diferencial esperado que irá gerar um conhecimento mais abrangente por parte do setor da comunicação que costuma ser cobrado por estar sempre no gerenciamento de crises.

Data: 27/03/2020

Veículos: UOL/ Jornal da Zona Sul

Programas/editorias: Política/ Segurança

Títulos da matéria: Sistema de segurança de Dória é 'adequado', diz secretário sobre ameaças/ Boletins de Ocorrência podem ser registrados pela Internet

Regiões: São Paulo/ Capital

Veiculações: **Negativa/Positiva**

Análises

O site UOL veicula matéria sobre entrevista do secretário de Segurança Pública de São Paulo, João Camillo, sobre ameaças de morte sofridas pelo governador, João Dória. Segundo a curta matéria, o secretário afirma que as polícias têm condição de lidar com a situação e que o trabalho de investigação já está em andamento. A declaração foi dada no jornal Brasil Urgente, da TV Bandeirantes.

No portal do jornal de bairro que circula na capital paulista, Jornal da Zona Sul, dedica uma reportagem para explicar que neste momento de isolamento social, por conta da COVID-19, a Polícia Civil do Estado de São Paulo, disponibilizou a ferramenta digital que poderá ser acessada de qualquer dispositivo eletrônico. O material explica o funcionamento da ferramenta digital e lembra quais são os principais crimes que passaram a ser registrados de maneira digital.

Pontos Positivos

O conteúdo divulgado no jornal de bairro da cidade de São Paulo, Jornal da Zona Sul é um resumo completo da ferramenta Delegacia Eletrônica e mostra em uma matéria de grande o serviço de atendimento digital que as Delegacias de Polícia paulista passaram a contar durante a pandemia causada pela COVID-19.

Outro ponto importante para se destacar é o intertítulo “combatendo a subnotificação”, nesta parte do texto o jornal destaca o esforço implementado pelo trabalho de gestão que tem a finalidade de melhor atender a população e também de promover acesso e segurança em saúde durante o distanciamento social.

Riscos à Imagem

Mesmo no material do Portal UOL, em que há uma transcrição da fala do secretário feita para a televisão, não é possível dizer que é negativa a abordagem.

Por isso, cabe alegar que para as matérias analisadas não foram encontrados pontos negativos.

Sugestões de Estratégias

A tecnologia da Delegacia Eletrônica começou a ser implementada nos anos 2000, segundo informações da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo. Um caminho importante para criar um entendimento amplo por parte da população é mostrar, por meio de uma linha do tempo, o trabalho que vem sendo desenvolvido e seus desdobramentos.

Uma forma diferente de abordar o assunto seria buscar espaços que falam sobre tecnologia e entender, com os desenvolvedores da programação, quais foram os avanços, mudanças e programações que foram criadas para atender as necessidades da população de São Paulo.

Após averiguar com os desenvolvedores quais tecnologias foram utilizadas e o que pode ser dito sobre o assunto, uma alternativa aos meios de comunicação tradicionais seria buscar influenciadores e programadores com canais no YouTube. O foco nessa divulgação seria olhar para o público geek e transmitir o uso da gestão pública como forma de evoluir os serviços na área de tecnologia.

Explicar sobre a criação, uso e evolução de uma tecnologia para o público que atua na área de tecnologia é uma oportunidade de divulgar uma mensagem sobre a modernização da Secretaria de Segurança.



Data: 28/03/2020

Veículos: R7/ G1/Gazeta do Povo/ TV Diário

Programas/editoria: São Paulo/ Suzano e Mogi das Cruzes/ Vida e Cidadania/ Diário 1ª Edição

Título da matéria: São Paulo amplia registro de boletim de ocorrência pela internet/ Família de motorista de aplicativo de Mogi desaparecido diz que investigação policial está lenta por conta da quarentena/ Coronavírus: denúncias de violência doméstica aumentam e expõem impacto social da quarentena/ Motorista está desaparecido e pandemia atrapalha investigações

Regiões: São Paulo/ Suzano/Curitiba/ Mogi das Cruzes

Veiculações: Positiva/ Negativa/Neutra/Negativa

Análises

O G1 e a TV Diário informam que o desaparecimento de um motorista por aplicativo não está sendo investigado pela polícia devido à crise sanitária de COVID-19.

A disponibilização de formas de registro on-line de crimes, que antes só podiam ser registrados presencialmente nas Delegacias de São Paulo, é tema da reportagem do portal R7.

Já o jornal Gazeta do Povo destaca que o isolamento social tem gerado aumento nos indicadores de violência de alguns estados, principalmente de violência doméstica. Na matéria, a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo alega que não contabilizou os dados do Estado.

Pontos Positivos

O uso de tecnologia para promover equidade nos pedidos e atendimentos na área de Segurança Pública é uma medida muito acertada por parte do Governo do Estado. O uso da imagem do governador, João Dória, para realizar o anúncio da ferramenta também é um ponto de destaque que mostra como a política de segurança é pauta no alto escalão do governo.

Riscos à Imagem

No mesmo dia em que um portal de grande circulação anuncia que as pessoas podem reclamar de forma digital e confiar que sua necessidade será atendida, também é tema de matéria o complicado atendimento da Polícia em um caso de desaparecimento, que não poderia ser registrado digitalmente.

Fica na interpretação dos cidadãos a impressão de que não haverá investigação e que a aflição dos parentes de uma vítima continuará grande, já que a polícia parece não conseguir atuar diante da pandemia.

Outro ponto de atenção aqui é o tratamento dado ao material do jornal Gazeta do Povo. Conforme noticiado por diversos canais de comunicação as denúncias pela internet podem ser feitas por computadores, smartphones ou tablets ligados à internet, porém, na matéria do jornal a maior Secretaria de Segurança Pública do Brasil até-m-se a dizer que não tem dados sobre violência doméstica durante a pandemia. Fica aqui a impressão de descaso e abandono, reforçada pelo caso real retratado pelo G1. A pessoa impactada pelas informações desses dois veículos pode concluir que a segurança pública de São Paulo está fechada.

Sugestões de Estratégias

Explorar com muito conhecimento a ampliação da Delegacia Eletrônica é uma forma de levar para cada lugar a informação de que São Paulo está trabalhando para registrar os crimes. Mas também é preciso observar como fica a atuação das investigações dessas situações.

Uma possibilidade seria criar e manter atualizado um banco de dados com informações relevantes para a comunicação. Comparações sobre os crimes registrados presencialmente e como isso mudará com o digital, preferencialmente com dados mensais sobre cada um deles.

Essas informações seriam capazes de municiar a assessoria de imprensa também na hora de gerenciar uma crise e promover transparência e conhecimento linear entre os membros da equipe.

Data: 31/03/2020

Veículos: G1/ Veja/R7

Programas/editoriais: São Paulo/ Brasil/ Coronavírus

Títulos da matéria: Doria sanciona criação de patrulha da PM para monitoramento de mulheres vítimas de violência doméstica/ Polícia de São Paulo apura disparos feitos contra dois prédios durante panelaço/ Polícia Militar de SP confirma morte de sargento por coronavírus

Regiões: São Paulo/ Nacional/ São Paulo

Veiculações: Positiva/ Neutra/Negativa

Análises

O G1, portal de notícias da TV Globo, publica matéria sobre a sanção do projeto de lei que cria a "Patrulha Maria da Penha", conjunto de ações para monitoramento da segurança de mulheres vítimas de violência doméstica no estado pelo governador de São Paulo, João Doria. A reportagem explica que embora sancionada, a lei não especifica como o serviço irá funcionar.

A morte de um sargento em decorrência da contaminação por COVID-19 é o tema da matéria jornalística veiculada no portal R7. O material continua mostrando exemplo de funcionamento da patrulha que defende mulheres e elenca dados de registro de ocorrência de feminicídio em todo o estado de São Paulo.

Na Revista VEJA a reportagem foca a investigação que a polícia civil está realizando para encontrar os responsáveis por proferirem tiros com armas de airsoft contra prédios no bairro das Perdizes, em São Paulo.

O ocorrido se deu após um panelaço, manifestação contra as atitudes do governo Bolsonaro.

Pontos Positivos

Um ponto positivo a ser destacado no material do portal G1 é a iniciativa do governo do Estado em buscar transformar a Patrulha Maria da Penha em uma regra para todos os municípios de São Paulo.

A atitude demonstra engajamento nas pautas sociais do momento e preocupação do governo com a situação das mulheres.

Riscos à Imagem

O principal ponto de atenção fica para a matéria do R7, sobre morte do policial militar infectado por coronavírus. Há no material uma linha discreta, mas que aponta para a falta de cuidado do governo com o atendimento, acompanhamento e prevenção de casos de COVID-19 entre os policiais. Esse tipo de situação

precisa ser contido com agilidade a fim de evitar situações de agravamento da imagem do governo e também de relacionamento com as polícias.

Outro ponto que chama atenção é a linha fina da matéria do G1 que diz que a proposta do Governo de criar a “Patrulha Maria da Penha” é quase falsa, a medida que não tem formatação e nem informações sobre como ela será gerida. Com essa afirmação, embora o título e lead sejam positivos a abordagem da matéria torna-se negativa, já que a medida é chamada de inócuo.

Sugestões de Estratégias

A aprovação de um projeto como a “Patrulha Maria da Penha” demanda que a comunicação esteja presente desde o início das discussões do projeto. Não para que a divulgação para imprensa seja feita, mas sim, para que as questões de comunicação sejam acompanhadas desde o começo, sempre trazendo um olhar sobre como a mídia trataria o tema ou, formas de comunicar a decisão também internamente.

Este tipo de medida possibilita que um projeto tenha visões variadas sobre o mesmo assunto, ampliando o escopo de atuação e da gestão do problema que gerou a necessidade de criação.

Contudo, cabe a comunicação ter, como premissa do trabalho, um projeto de comunicação da pauta. Uma sugestão, seria manter um assessor acompanhando o tema e os debates que acontecem na Assembleia Legislativa e concomitante a isso, acompanhar também, os jornalistas que cobrem as pautas na casa. Assim, haveria uma linha direta para conversar e tratar sobre os assuntos referentes ao trabalho de aprovação.

Deve estar contido no plano de comunicação uma estratégia clara para a divulgação que deve considerar o imprevisto, por exemplo, o jornalista que acompanha a Assembleia furar o trabalho, publicando antecipadamente a votação, mas também deve conter uma venda exclusiva do projeto, com detalhes e entrevistas dos responsáveis para um repórter que preferencialmente ocupe as editorias femininas. Fugindo assim, das questões mais políticas e focando especificamente no suporte que a proposta visa.

Data: 02/04/2020

Veículos: G1/Agência Brasil/ Uol/ Diário do Litoral/Folha Noroeste

Programas/editorias: São Paulo/ São Paulo/ Universa/Cotidiano

Títulos da matéria: Mais de 500 policiais do estado de SP estão afastados por suspeita de Covid-19, diz Segurança Pública/ Polícia Civil descobre central de álcool em gel falsificado em SP/ Subnotificação de violência doméstica preocupa e SP libera B.O. online/ Quase 600 policiais do estado de SP estão afastados por suspeita de Covid-19/Delegacia eletrônica amplia rol de registros de crimes pela internet

Regiões: São Paulo/ Capital/ Nacional/ Santos/São Paulo

Veiculações: **Negativa/Positiva/ Positiva/Negativa/Positiva**

Análises

As reportagens do Portal G1 e jornal Diário do Litoral noticiam que mais de 500 policiais do estado de São Paulo estão afastados do trabalho por suspeita de Covid-19. A Secretaria da Segurança Pública de São Paulo informou que esse número se refere aos trabalhadores da Polícia Militar (PM) e Corpo de Bombeiros, Polícia Civil e Polícia Técnico-Científica.

A Agência Brasil abordou a investigação da Delegacia de Investigações sobre Entorpecentes da cidade de Osasco descobriram uma central de distribuição para embalar e fracionar o produto, além de shampoos falsificados. Um homem foi preso em flagrante e com ele foram apreendidas evidências com substância para envasar os frascos vazios, além de diversos outros materiais de insumo para manipulação dos produtos.

O Portal Uol, na editoria Universa busca destacar a preocupação com a violência doméstica e a ação da Secretaria da Segurança Pública de São Paulo e por isso ampliou o serviço de notificação de boletim de ocorrência on-line também para esses crimes. A queda no atendimento presencial durante a pandemia foi o motivador da ação por parte do governo estadual.

Pontos Positivos

O uso da internet como forma de promover equidade de atendimento para mulheres em situação vulnerabilidade é um grande marco deixado pela pandemia de Covid-19.

Muitas entidades não governamentais e empresas se uniram ao redor do tema e conseguiram promover maior acesso para o público feminino. No caso do Universa, matéria do portal UOL abordagem dada mostra que os órgãos públicos estão preocupados com essa onda de casos que podem estar deixando de ser notificados.

Nesta abordagem, fica um importante reconhecimento para a política pública que percebe a necessidade urgente das mulheres e altera um processo para garantir maior proteção para as cidadãs.

Riscos à Imagem

Os materiais sobre casos de COVID-19 entre a força policial podem causar o entendimento de que a Secretaria de Segurança Pública está negligenciando o bem estar dos servidores da polícia.

É preciso cuidar para que o dado de quase 600 policiais não seja a única narrativa publicada e comentada pela imprensa.

Sugestões de Estratégias

Um dos objetivos da comunicação pública é promover transparência na informação do que é feito pelos governos para o povo. Por isso, divulgar a informação de quantos policiais foram infectados com Covid-19 faz parte do processo democrático e social, porém, a assessoria de comunicação precisa estar preparada para a crise e principalmente para os questionamentos, não esquecendo de colocar a mensagem chave a ser passada.

Por tudo o que foi descrito, o primeiro passo para uma divulgação consistente é escrever e ter um plano de comunicação que contemple as mensagens chave que o Governo quer passar. O trabalho de divulgação deve contemplar mensagens acordadas com os diversos órgãos que fazem parte da corporação e também perceber as diferenças existentes entre os veículos de comunicação.

Com as mensagens acordadas e as possíveis crises registradas e elencadas, um trabalho de divulgação massivo com disparo de release e disponibilização de porta-voz que fale sobre as medidas de auxílio e saúde destinados à categoria serão primordiais para manter a mensagem sendo distribuída.

Por fim, olhar para a interpretação inversa do número, ao invés de 600 policiais doentes, a assessoria precisa privilegiar a representação deste número dentro da corporação. Se hoje a força policial, incluindo bombeiros e demais servidores ultrapassa a casa das dezenas de milhares, qual o equivalente de policiais precisando de assistência? Esse pode ser um caminho, que com cuidado evite desgastes profundos na imagem do Estado e na relação entre o governo e a força policial.

Data: 03/04/2020

Veículos: RD Repórter/ Agência Brasil/ Poliarquia

Programas/editorias: Região/ Nacional/ Geral

Títulos da matéria: Mais de 150 policiais civis estão afastados por conta do Covid-19/ Polícia Civil de SP permite registro eletrônico de violência doméstica/ Polícia Civil de SP permite registro eletrônico de violência doméstica

Regiões: Santo André/ Nacional/ Rio de Janeiro

Veiculações: Negativa/Positiva/Positiva

Análises

O jornal Repórter Diário publica matéria com número de passado pelo Sindicato dos Delegados de Polícia do Estado de São Paulo (Sindpesp) que, segundo a fonte, já registrava em abril de 2020, mais de 150 policiais civis afastados do serviço, por suspeita de infecção por Covid-19.

Já os portais Agência Brasil e Poliarquia optam por destacar a ampliação dos registros digitais de boletim de ocorrência que as Delegacias de Polícia de São Paulo disponibilizaram durante a pandemia com a finalidade de reduzir a aglomeração em delegacias de todo o Estado. O destaque da matéria fica com a possibilidade de realização do registro de ocorrência também de forma digital, o que não era permitido até então.

Pontos Positivos

As matérias dos portais Agência Brasil e Poliarquia são iguais e tratam de maneira clara os procedimentos que mulheres vítimas de violência podem adotar em caso de violência doméstica. Diante da pandemia, muitas mulheres e crianças ficaram refém de seus agressores em casa e o olhar de atenção da secretaria com a ação de registro de ocorrência digital é uma ferramenta muito importante para a população, mas que também amplia a confiança da população na gestão de ações e recursos.

O uso de uma entrevistada, uma delegada especialista em atendimento de mulheres é outro ponto forte, já que há uma humanização do trabalho o que rende maior espaço em veículos de imprensa.

Riscos à Imagem

O ponto de atenção fica com a matéria veiculada pelo RD Repórter que publica informações concedidas pelo Sindicato dos Delegados de Polícia do Estado de São Paulo (Sindpesp). A matéria parece não ter solicitado o outro lado para a Secretaria de Segurança Pública, fazendo com que a reportagem parece parcial.

Sugestões de Estratégias

As mulheres perderam em muitos sentidos com a chegada da pandemia. Porém, muitas conseguiram se organizar criando coletivos e canais de informação seguros e imparciais. E é com esses parceiros que a Secretaria de Segurança Pública pode trabalhar.

O projeto MeToo Brasil é uma dessas iniciativas que mantém um site com informações e acolhimento para mulheres. A assessoria de comunicação poderia comandar uma aproximação do MeToo buscando espaço para noticiar o trabalho de atendimento das delegacias virtuais. Seria interessante criar um manual explicativo sobre a necessidade de arquivar provas e também como pedir ajuda em casos graves. Com essa colaboração e a formulação de um material que poderia ser distribuído pelos canais da Organização, a Secretaria de Segurança Pública sairia dos noticiários negativos, quando se usa uma personagem que sofreu violência para falar do serviço e passaria a ocupar a pauta positiva.

O envolvimento de diversos órgão do Governo Estadual seria um outro diferencial. Seria possível lançar uma campanha, com o Fundo Social onde seria distribuído e explicado, por meio de lives, a formulação do manual em parceria com o MeToo e também seriam dadas explicações sobre como mulheres podem buscar ajuda.

Data: 04/04/2020

Veículos: Mais Expressão/ Giro S/A/ O Liberal

Programas/editorias: Cidades/ Locais/ Coluna

Títulos da matéria: Delegacia Eletrônica fará atendimento virtual às mulheres/ Delegacia Eletrônica passa a registrar violência doméstica/ NOTAS RÁPIDAS

Regiões: Indaiatuba/ São Paulo/ Americana

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva

Análises

As três reportagens analisadas neste material falam sobre a ampliação do número de crimes que serão registrados pela Delegacia Eletrônica Paulista. A plataforma de registro on-line seria ampliada no segundo semestre de 2020, mas com o avanço da pandemia de Covid-19 e a redução de registros de violência doméstica, a Secretaria de Segurança Pública ampliou o escopo de atendimento antes.

O Liberal de Americana não escreve uma reportagem ou faz uso do release, como é caso do Mais Expressão e Giro S/A e coloca em uma nota dentro do jornal.

Pontos Positivos

Ao utilizar o conteúdo de serviço da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo em uma coluna assinada, o conteúdo, que é de extrema importância, recebe uma nova assinatura da colunista. O elogio ao trabalho de uso de tecnologia para o registro de ocorrência é registrado em todas as reportagens avaliadas.

Sendo uma ação desenvolvida de maneira urgente para atender a uma necessidade social surgida a partir das demandas provocadas pelo período pandêmico o tratamento dado ao conteúdo de comunicação divulgado é extremamente positivo apontando para o caminho de maior valia do trabalho da polícia diante do atendimento de parte da população.

Riscos à Imagem

Nos materiais analisados não foram encontrados pontos negativos. No entanto, cabe destacar pontos de atenção no acompanhamento da pauta.

Quando se trata do trabalho de atendimento de mulheres é comum encontrar histórias e situação de atendimentos negligenciados, o que inclusive é apontado por estudiosos em segurança pública como um dos motivos para que as mulheres tenham medo de denunciar agressores.

Por esse motivo, cabe um intertítulo no release em que se explique as formações que são dadas para os policiais realizarem esse tipo de atendimento, para além das demandas técnicas. Algo que explique como essas ações serão tratadas com empatia e respeito.

Sugestões de Estratégias

É muito importante que a Secretaria de Segurança Pública do Estado esteja à frente da discussão do tema sobre a proteção de mulheres e a possibilidade de usar a tecnologia a favor de garantir a cidadania das mulheres. Para a comunicação, é necessário criar um planejamento que vá além do trabalho de assessoria de imprensa, que já é feito pela equipe de comunicação. Em 2020, surgiram os gestos e formas de denunciar a situação de violência vivida pelas pessoas. Uma campanha famosa, foi a desenvolvida pelo empresa Magazine Luiza que incluiu em seu aplicativo um botão para ligar diretamente para a polícia.

A exemplo de empresas privadas, a Secretaria de Segurança Pública pode utilizar formas de explicar o uso do registro digital em redes sociais que são acessadas de quase todos os celulares no Brasil. Uma forma, é usar o famoso aplicativo WhatsApp, fazendo o que as empresas de tecnologia chamam de 'pushe', ou seja, dando o impulso que lembre o usuário, cada vez que ele for usar o aplicativo de que agora existe a possibilidade de registrar situações de violência de forma on-line.

O Brasil registra a cada oito minutos agressão a uma mulher, segundo dados do 15º Fórum Brasileiro de Segurança. É preciso admitir diante desta informação que, algumas mulheres, não terão assistido a um programa de televisão e tão pouco lido um jornal.

Data: 07/04/2020

Veículos: O Defensor Onine/ Folha de Ribeirão Pires

Programas/editorias: Cotidiano/Policial

Títulos da matéria: Delegacia Eletrônica passa a registrar boletins de ocorrência de violência doméstica contra a mulher/Delegacia Eletrônica inicia registro virtual de casos de Violência Doméstica

Regiões: Taquaritinga/Ribeirão Pires

Veiculações: Positiva/Positiva

Análises

Os veículos de comunicação selecionados nesta análise são: O Defensor On-line e Folha de Ribeirão Pires e ambos tratam da medida adotada pelo governo de São Paulo, por meio da Secretaria de Segurança Pública de permitir que o registro por violência doméstica seja feito de forma digital por meio de dispositivo eletrônico, visando o atendimento necessário sem que haja a necessidade da vítima sair de casa e sem despertar a desconfiança de seu agressor.

Pontos Positivos

Ressaltar que a Polícia Civil seguirá com a investigação após a denúncia pela internet é um dos pontos positivos em ambos os materiais analisados que contam com informações sobre os demais crimes que podem ser registrados.

Riscos à Imagem

Não foram verificados pontos negativos nos materiais desta análise.

Sugestões de Estratégias

O assunto da defesa das mulheres é muito delicado e demanda uma forte ação do governo e de toda a sociedade civil. Cada dia mais as mulheres têm ocupados espaços antes apenas ocupados por homens, porém, sabemos que nenhuma mudança na violência de gênero ocorrerá de maneira definitiva se os homens não forem envolvidos.

Por isso, a comunicação tem o papel arriscado de propor saídas que incluam o envolvimento de homens no debate. A conscientização de que o papel do homem é importante pode ser formulada utilizando um discurso como 'em briga de marido e mulher se mete a colher' ou "não é não". Todos esses movimentos iniciados em alguns pontos da sociedade estão ligados ao discurso e ao debate que a segurança pública faz ao incluir as

denúncias de violência no meio digital. Responsabilizar o agressor é uma parte do processo, mas transformar a sociedade é o verdadeiro esforço.

Data: 12/04/2020

Veículos: G1/Estadão/ VEJA

Programas/editorias: Região/ Saúde/ Brasil

Títulos da matéria: Incêndio destrói área do Mercado Municipal de Limeira e mobiliza Bombeiros; veja imagens/"Tenho medo, mas tenho um dever" fala bombeiro/ Policiais militares pedem para a população ficar em casa

Região: Piracicaba/ São Paulo/Nacional

Veiculações: Positiva/ Neutra/ Neutra

Análises

O agravamento da crise sanitária causada pela COVID-19 é o tema da reportagem da revista VEJA que destaca o pedido que a polícia paulista está fazendo para a população.

No Portal G1 a notícia conta sobre um atendimento do Corpo de Bombeiros de Limeira a um incêndio que destruiu a área do Mercado Municipal da cidade. A corporação não socorreu vítimas ou feridos e não há informações sobre o que provocou o incidente na região central do município.

Já o Estado de S.Paulo publica um relato narrado pelo bombeiro, André Elias, de 34 anos, tenente do Corpo de Bombeiros de São Paulo, contando um pouco sobre a rotina e o trabalho que os bombeiros realizaram durante o período de isolamento por conta da COVID-19 em todo o estado.

Pontos Positivos

Todas as matérias analisadas demonstram o espírito cívico e pertinente do trabalho de todos os servidores da Segurança Pública de São Paulo.

É importante a imprensa destacar o trabalho de pessoas, em sua maioria anônimas para o grande público. Principalmente na matéria veiculada pelo jornal O Estado de São Paulo é possível criar uma relação de empatia com o relato e com todos os bombeiros que mantiveram seus postos e trabalho durante a pandemia.

Riscos à Imagem

Não foi detectado risco à imagem nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

Os bombeiros são uma parte presente no imaginário coletivo de maneira positiva. Estão sempre salvando e se dedicando a melhorar a vida das pessoas.

Um newsletter semanal com casos ocorridos em todo o Estado poderia passar a ser distribuída para um mailing que contemplasse, escolas, redações dos jornais do interior e todas as sedes de Segurança Pública presentes no Estado.

O material divulgado ali seria um compilado de notícias positivas que trabalharia a imagem da corporação ao mesmo tempo que ocuparia os espaços no jornalismo diário desenvolvido nas cidades do interior de São Paulo já que poderia se tornar fonte de informação.

Muitas celebridades utilizam as redes sociais e são seguidas por jornalistas que transformam o que é publicado em reportagens e fontes de informação.

A proposta aqui é criar um espaço com informações de confiança produzidas, editadas e postadas pelo órgão garantindo que o conteúdo é de confiança.

Data: 20/04/2020

Veículos: Folha de S. Paulo/G1

Programas/editorias: Coronavírus/ São Paulo

Títulos da matéria: Ocorrências de violência doméstica satam 20% na pandemia/ Incêndio atinge comunidade na Zona Norte de SP

Regiões: Nacional/Nacional

Veiculações: Positiva/ Neutra

Análises

O Portal G1 noticia mais uma ação dos bombeiros que contém um incêndio que atingiu uma comunidade no Jardim Paulistano, na Zona Norte de São Paulo, a ocorrência sem vítimas mobilizou um grande contingente da corporação, cerca de 10 viaturas compareceram ao local.

Já a Folha de S. Paulo dedica um grande espaço e com informações exclusivas noticia o atendimento digital que será dado para mulheres que queiram registrar boletim de ocorrência contra seus agressores. A Folha publica dados que demonstram a necessidade da ação já que houve um crescimento de 20% nos casos de violência doméstica.

Pontos Positivos

A Delegacias o material é positivo e deixa a impressão de que a gestão está muito preocupada e capacitada em atender a população.

O adiantamento da medida para prevenir casos no isolamento social é outra informação muito acertada e que gera empatia entre governo e cidadãos.

Riscos à Imagem

A Folha de S. Paulo menciona o crescimento no número de ocorrências e deixa clara a pouca ação por parte do Governo Federal. Contudo, é preciso lembrar que as polícias militares são de responsabilidade dos Estados e a medida que o leitor tenha essa informação, pode ficar parecendo que a ferramenta de registro on-line foi utilizada em uma estratégia de divulgação política.

Sugestões de Estratégias

Nesta análise é possível identificar como o assunto, ainda que tratado positivamente, pode não atingir a quem mais interessa, ou seja, quem vai usar o sistema digital para registro de ocorrência, as mulheres, crianças ou adolescentes em situação de vulnerabilidade.

Isto porque, é sabido que a população brasileira não costuma ler jornais e, com o advento das redes sociais, isto se tornou um hábito antigo.

Cabe à assessoria de comunicação observar essa mudança de comportamento e, ainda que uma reportagem na Folha de S. Paulo seja de grande valia, ações que contemplem outros meios de comunicação precisam estar previstas no escopo de divulgação.

Está disponível na plataforma TikTok uma conta do governo do Estado de São Paulo, com o uso da imagem altamente propagada para solicitação de ajuda (mão fechando) é possível criar um vídeo curto com uma mulher fazendo um gesto e uma frase cobrindo informando que a denúncia pode ser feita pela internet bastando clicar no link da imagem. Essa mensagem pode viralizar, inclusive se a comunicação pensar em uma pessoa famosa promovendo o vídeo.

Data: 07/05/2020

Veículos: R7/ Rede Brasil Atual/G1

Programas/editoria: São Paulo/ Cidadania/São Paulo

Título da matéria: São Paulo amplia registro de boletim de ocorrência pela internet/ Entidades cobram medidas na área de segurança pública durante a pandemia/Polícia Civil amplia mutirão para emitir RG para moradores de rua no Centro de SP

Regiões: São Paulo/ São Paulo

Veiculações: Positiva/Negativa/Positiva

Análises

O portal de notícias R7 publicou matéria falando sobre a ampliação do atendimento da Delegacia Eletrônica que passou a realizar registro de boletim de ocorrência de 13 tipos diferentes de crimes durante o período pandêmico. O anúncio foi feito pelo governador do Estado, João Dória, em coletiva no Palácio dos Bandeirantes. Na ocasião o governador também explicou que após o registro online da ocorrência, será realizada uma avaliação da Central Eletrônica de Polícia Judiciária, divididas em regiões administrativas por todo Estado. Ao receber a notificação, o delegado responsável verifica a natureza do crime e adotará as medidas cabíveis.

A preocupação com a segurança pública e a busca por soluções para o momento da pandemia levou o Portal Rede Brasil Atual a publicar a informação de que organizações não-governamentais como o Instituto Sou da Paz, Instituto Igarapé e o Núcleo de Estudos sobre Violência e Segurança (Nevis), criaram um documento com 10 sugestões de medidas voltadas para a área de segurança pública. Entre elas estaria, transparência na gestão dos dados e informações, distribuição de equipamentos de segurança para trabalhadores da área, entre outras.

O G1, portal de notícias da Globo, noticia o mutirão realizado pela Polícia Civil no centro da capital paulista que busca atender a necessidade dos moradores de rua que precisam de um documento pessoal novo para terem acesso ao auxílio emergencial. Apenas no primeiro dia da ação, foram realizados 73 atendimentos, um volume 80% acima da previsão inicial.

Pontos Positivos

O anúncio feito pelo governador ampliando o atendimento digital para pessoas em isolamento social é um ponto alto das matérias analisadas.

Os serviços digitais foram amplamente acessados pela população e não seria justo deixar um atendimento como o da Secretaria de Segurança Pública de fora deste avanço.

Outra postura correta e que merece destaque é a realização dos mutirões da Polícia Civil para promover a cidadania aos moradores de rua de São Paulo. Durante o período pandêmico, agentes de segurança saíram de suas casas e foram até o local possibilitar que outras pessoas tivessem acesso aos valores pagos pelo auxílio emergencial.

Riscos à Imagem

A matéria do Brasil Rede Atual aponta para um pedido de entidades não-governamentais que colocam em primeiro plano a questão da transparência do atendimento das polícias em todo o Estado.

É uma necessidade e a Secretaria de Segurança Pública tem trabalhado para encontrar um caminho para ampliar a apresentação de informações, porém, o debate no círculo de especialistas pode fazer parecer que o trabalho da Pasta está parado ou que não leva em consideração esta necessidade.

Sugestões de Estratégias

A cada passo que é dado em direção ao uso consciente das novas tecnologias mais importante fica o trabalho de curadoria dos dados que serão coletados e tratados. Por isso, a total transparência do processo aliado a um bom plano de implementação precisa ser comunicado.

Para tanto, o uso de coletivas de imprensa são uma possibilidade interessante para ganhar espaço e peso nas redações. No entanto, uma divulgação com caráter de exclusividade abordando pontos diferentes da ação também podem significar uma resposta interessante para a constante reclamação sobre transparência na área de segurança pública de São Paulo.

Para que o discurso do governador não seja 'furado' por uma matéria antes do anúncio oficial é preciso manter uma relação de confiança com um veículo jornalístico com grande alcance na área digital. Tal qual o G1, por exemplo, que poderia preparar a matéria com mais dados e informações e realizar a divulgação apenas após o anúncio. Como a Globo possuiu outras plataformas jornalísticas como TV, Rádio e canal de Streaming, o conteúdo seria rapidamente disseminado e teria sua atenção dos diversos cidadãos.

Data: 26/05/2020

Veículos: Folha Metropolitana/ R7/G1

Programas/editorias: Cidades/ Coronavírus/ São Paulo

Títulos da matéria: Crimes contra animais também aumentam na quarentena e exigem atenção redobrada/
Possível cenário de lockdown gera preocupação nas polícias de SP/ Homicídios sobem pelo segundo mês consecutivo em SP em meio à pandemia de Covid-19; estupros e roubos diminuem no estado

Regiões: Capital/ Brasil/ São Paulo

Veiculações: Neutra/ Neutra/ Negativa

Análises

Uma ampla matéria de comportamento do jornal Folha Metropolitana retrata a situação de animais domésticos durante a pandemia. A violência que foi noticiada é exemplificada com dados e com o estudo realizado nos EUA pelo escritor Marcelo Robis Francisco Nassaro, autor do livro “Maus-tratos aos Animais e Violência Contra Pessoas”.

Na notícia consta o seguinte dado: “dentre as mais de 600 pessoas autuadas por maus-tratos a animais pela Polícia Militar Ambiental do Estado de São Paulo, em 2013 e 2014, 34% possuíam registros por outros crimes, sendo que os mais violentos – de lesão corporal, homicídio e estupro – representam 20% do total registrado”. A reportagem ao final informa que a denúncia pode ser feita através da Delegacia Digital.

No Portal G1, o registro da divulgação mensal de dados das forças de segurança paulistas mostram que cresceu o número de homicídios no Estado.

As necessidades operacionais para realização de um possível lockdown e as preocupação que implicariam esse fechamento são destaque no material do portal R7. Creditando a necessidade de fechamento ao COVID-19 o portal menciona a busca por preparar o cenário que está sendo realizada entre integrantes das Polícias Civil e Militar.

Pontos Positivos

Mesmo dentro da matéria analisada como negativa neste material, é possível dizer que o ponto positivo está na transparência de levar a público os dados sobre a Segurança Pública Paulista.

Esta credibilidade, conquistada através de uma política de transparência contínua, é mérito do trabalho da Secretaria de Segurança Pública, que atua na captação e organização destes dados.

Outro ponto positivo do trabalho jornalístico apresentado pela Folha Metropolitana está no histórico da pauta sobre maus-tratos contra os animais. Embora o material seja de comportamento, é importante trazer este tipo de perfil que acende a percepção das pessoas, possibilitando que comportamentos inadequados sejam percebidos com maior antecedência e com o advento das Delegacias Digitais, denunciados em alguns cliques.

Riscos à Imagem

O R7, quando apresenta a preocupação com o lockdown, publica uma entrevista com um ex-coronel que aponta ao longo do material várias fragilidades da polícia e do Governo do Estado para a realização do lockdown ou de medidas protetivas contra a disseminação da COVID-19 entre a população e também dentro das corporações.

A postura do entrevistado e a abordagem do material possibilitam que seja disseminado um discurso de despreparo pelo Governo. Também é possível afirmar que as forças policiais não estariam trabalhando em conjunto, na possibilidade de ser necessário um fechamento total do Estado. Essa situação gera desconforto e falta de credibilidade entre a população paulista, já bastante preocupada com a situação durante a pandemia.

Sugestões de Estratégias

Como estratégia, vamos abordar o tema do uso da Delegacia Digital para o registro de maus-tratos aos animais. O tema é muito pertinente e pode ser melhor explorado se considerarmos as demandas midiáticas aos cuidados com os animais.

Para que o site, exclusivo para registro de ocorrência contra animais seja mais amplamente divulgado e entendido pelas pessoas, uma parceria com órgãos de defesa de animais pode ser uma saída para que a página ganhe maior visibilidade. Como a entidade Animal Equality, que combate ações de maus-tratos entre outras situações contra os animais.

A parceria poderia visar a disseminação do site como local para denúncia, mas também poderia falar sobre a responsabilidade na hora de denunciar, isto é, explicar um pouco sobre quais as medidas podem ser adotadas diante de falsas comunicações de crime.



Data: 09/06/2020

Veículos: Diário de Santa Bárbara d'Oeste/ G1

Programas/editorias: Cotidiano/Sorocaba e Jundiaí

Títulos da matéria: Violência doméstica na pandemia/ Polícia Civil de Sorocaba cumpre mandados em operação contra crimes de estelionato

Regiões: Santa Bárbara d'Oeste/ Sorocaba

Veiculações: Positiva/Neutra

Análises

No jornal Diário de Santa Bárbara D'Oeste, que circula na região de Sorocaba a reportagem sobre o crescimento de violência doméstica durante o período da pandemia retrata a situação de diversos países que registraram crescimento no número de casos de violência. Também consta na matéria a informação de que em São Paulo, passou a ser possível registrar casos de violência por meio da Delegacia Eletrônica.

Uma investigação realizada pela Delegacia Seccional de Sorocaba, identificou um canal que praticava crimes de estelionato através da plataforma online, que usava foto da carteira funcional de um policial militar. A polícia cumpriu mandados de busca, apreensão e prisões temporárias nas cidades de Tupã (SP) e Várzea Grande (MT).

Pontos Positivos

A preocupação do Governo do Estado de São Paulo com o cenário geral de violência contra a mulher, agravado com a pandemia e a necessidade de isolamento social, é um ponto positivo trazido no material publicado pelo jornal Diário de Santa Bárbara.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem da Pasta nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

Apoiar e promover espaços de discussão e educação é uma ferramenta que gera mídia e interesse dos veículos de comunicação e ao mesmo tempo possibilita que mais pessoas conheçam e façam parte de medidas de proteção e segurança.

Uma das situações que precisam ficar bem explicadas e podem ter detalhes que necessitam de mais atenção na hora de comunicar é a necessidade de provas.

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

Diante disso, uma proposta de manual digital, dividido em cards com imagens e dicas de como realizar uma denúncia com dados suficientes para se conseguir uma medida protetiva, por exemplo, pode ser uma solução que a comunicação possa adotar em parceria com a gestão responsável por apoiar a denúncia de mulheres.

2

75

Data: 19/06/2020

Veículos: Último Segundo/ G1/ Jovem Pan

Programas/editorias: São Paulo/São Paulo/Capital

Títulos da matéria: Secretário de Segurança Pública de São Paulo testa positivo para Covid-19/ General Campos, secretário da Segurança Pública de SP, é diagnosticado com Covid-19/ Secretário de Segurança Pública de São Paulo está com Covid-19

Regiões: São Paulo/ São Paulo/São Paulo

Veiculações: Neutra/Neutra/Neutra

Análises

Os veículos de comunicação que têm como espaço a internet, Último Segundo, G1 e Jovem Pan publicam informações sobre o resultado do teste positivo para COVID-19 no General João Camilo Pires de Campos, secretário de Segurança Pública de São Paulo. As matérias relatam que o General permanecerá em casa cumprindo o período de isolamento conforme determina as autoridades de saúde, mas está assintomático. Segundo as reportagens, o General João Camilo Pires de Campos é o segundo membro do governo estadual a contrair o vírus.

Pontos Positivos

As matérias não trazem pontos positivos a serem analisados. Porém, cabe salientar a transparência que o governo estadual adotou ao decidir publicizar os infectados dentro da gestão estadual. É importante que órgãos públicos deem o devido destaque para os cuidados com a pandemia e principalmente mostrem que mesmo estando atentos ninguém estava imune a se infectar e sofrer com a doença ou com o isolamento social, o melhor remédio preventivo, conforme foi possível observar nos últimos tempos.

Riscos à Imagem

Não há risco para a imagem da Secretaria de Segurança Pública nestas reportagens. Ainda que no material do portal G1 haja maiores informações sobre o quadro clínico do então prefeito de São Paulo, Bruno Covas. As matérias mostram-se neutras para SSP-SP.

Sugestões de Estratégias

Em maio de 2020 seria inimaginável dizer que os casos de COVID-19 chegariam à impressionante marca de mais de 600 mil mortes, apenas no Brasil. Tão pouco que a crise criada por um vírus seria agravada por falta

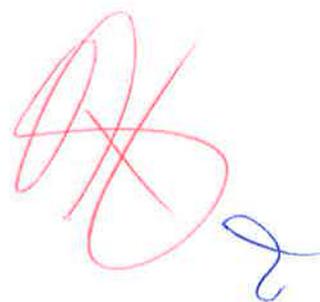
Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

de medidas adequadas por parte do governo federal para enfrentar as crises econômicas e de segurança. Porém, o Estado de São Paulo manteve-se na contramão das atitudes federais e não apenas foi transparente na lisura dos processos de afastamento da gestão como também na condução da crise.

Por isso, uma ferramenta de comunicação importante para situações em que é preciso expressar os pontos positivos do trabalho é fazer uso de artigos opinativos assinados, de forma a promover uma mensagem única e com o foco e enaltecer o trabalho em andamento.

Durante uma crise sem precedentes como a enfrentada em todo o mundo, o uso de transparência foi uma forte arma para combater a desinformação propagada pela internet. Por isso, artigos assinados e com distribuição massiva podem ser uma forma de levar até o público em geral dados reais com respaldo e a confiabilidade necessária para passar credibilidade à população.

A distribuição deste material poderia acontecer para um mailing amplo em todo o Estado e poderia ter em seu conteúdo dados do enfrentamento a crise pandêmica e medidas adotadas para promover saúde e prevenção entre os membros das forças policiais de São Paulo.



Data: 17/07/2020

Veículos: Agência Brasil/Folha de S. Paulo

Programas/editorias: Locais/ Política

Títulos da matéria: Policiais militares de SP vão usar câmeras nas fardas, diz Doria/ Abuso policial em Paraisópolis não tem comparação com caso Jorge Floyd

Regiões: Nacional/ São Paulo

Veiculações: Positiva/Negativa

Análises

A Agência Brasil explica em material jornalístico como funcionarão as bodycams, pequenas câmeras de lapela que 2000 policiais militares passaram a usar em São Paulo. O dispositivo será fixado na farda policial e as imagens produzidas são gravadas em nuvem e não podem ser apagadas. O material também descreve abordagens violentas que estão sendo investigadas pela polícia e informa que o governador já havia solicitado que os policiais de São Paulo passassem por uma reciclagem.

A abordagem violenta de uma comerciante em uma região periférica na capital paulista é o lead da matéria do jornal Folha de S. Paulo que conta com entrevista da vítima e de um porta-voz da Secretaria de Segurança Pública falando da violência da ação e de que já havia sido instaurado um inquérito para averiguar a conduta dos policiais.

Pontos Positivos

O anúncio do uso do equipamento de monitoramento na roupa dos policiais militares em ação na rua é bem explicado e a medida, na matéria da Agência Mural, é tratada de forma positiva.

O site da agência dá detalhes sobre a medida e também mostra a necessidade de uma atitude mais drástica como a implementação de câmeras, pontuando casos em que a vítima nega e a ação da polícia segue em investigação.

Riscos à Imagem

A polícia de São Paulo aparece como um órgão de opressão violenta e não uma corporação criada e mantida para cuidar dos interesses da sociedade e agir em caso de violência. As duas matérias promovem esta máxima e dedicam parte dos materiais e mostrar com casos reais o quanto a polícia coloca medo na população.

No material da Folha de S. Paulo, consta aspas da vítima que diz estar com medo e que teve coragem para seguir com a denúncia. Todo este movimento é extremamente prejudicial para a imagem de toda a segurança pública paulista.

Sugestões de Estratégias

Para mudar de forma profunda a imagem dos policiais é preciso de tempo e medidas de apoio entre todos os órgãos que são responsáveis pelo sistema de Segurança Pública. Mas, como é possível a realização de medidas emergenciais, uma sugestão seria mostrar um treinamento que é promovido para policiais aprendem a lidar em momentos de tensão.

O acompanhamento de um curso é uma estratégia indicada para ser veiculada em programas de televisão. Tal como um filme que iria demonstrar com imagens qual o tipo de preparação os policiais recebem. É importante explicar que a polícia é formada por pessoas e são as pessoas que cometem erros, não as medidas de segurança. Deixar o mais explícito quanto for possível que os casos mencionados são pontuais, que diariamente milhares de policiais estão nas ruas e milhares de crimes são impedidos e que o trabalho é para que nenhuma intercorrência ocorra. Essa mensagem ficaria bem traduzida em um artigo, assinado por membros da corporação e veiculado em veículos impressos de comunicação, dessa forma, haveria uma busca por conquistar os formadores de opinião.

Por fim, um trabalho voltado a conquistar os jovens pode ser pensado. Principalmente, com o uso de vídeos curtos no YouTube.



Data: 18/07/2020

Veículos: Jornal O Eco/ G1

Programas/editorias: Locais/ São Paulo

Títulos da matéria: Delegacia Eletrônica é alternativa durante pandemia/ Polícia procura homem suspeito de matar ex-mulher a facadas na frente dos filhos em SP; casos de feminicídio aumentam 7%

Regiões: Paramirim/ São Paulo

Veiculações: Positiva/Negativa

Análises

O jornal O Eco que circula no interior de São Paulo registra o uso da Delegacia Eletrônica como uma forma criada para reduzir a circulação de pessoas nas delegacias durante a crise de COVID-19. Ao todo é possível registrar 13 ocorrências diferentes de qualquer aparelho com acesso à internet.

O portal G1, noticia a ocorrência de um crime ocorrido no bairro Capão Redondo, na Zona Sul de São Paulo, um homem suspeito de matar a ex-mulher de 32 anos. A reportagem destaca uma informação, já no lead sobre o registro como homicídio simples, apesar de todas as características apontarem para um feminicídio. Na matéria também consta o número de casos de feminicídio registrados em todo o Estado.

Pontos Positivos

O jornal do interior de São Paulo O Eco reproduz o conteúdo divulgado pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo e de forma propositiva lembra os munícipes de que é possível fazer registros on-line.

Também dedica um espaço para falar sobre a DEPA - Delegacia Eletrônica de Proteção Animal)- e a explicar o caminho que o reclamante precisa adotar para que seu boletim de ocorrência seja registrado corretamente.

Riscos à Imagem

É muito importante o ponto de atenção levantado pela matéria do G1 que, ao apontar o caso de morte de uma mulher pelo ex-marido foi registrado como homicídio e não feminicídio.

Esta situação deflagra a discussão sobre o preparo da força policial e sobre sua atuação no atendimento de mulheres no cotidiano das delegacias e traz à tona a cobrança da população para a polícia para que mais policiais estejam preparados na hora de receber vítimas e famílias de vítimas de feminicídio.

Este tipo de discurso é perigoso para a estratégia da Pasta que inclusive, ampliou o atendimento digital, justamente para o público mais sujeito ao feminicídio, mulheres em situação de vulnerabilidade durante a pandemia.

Sugestões de Estratégias

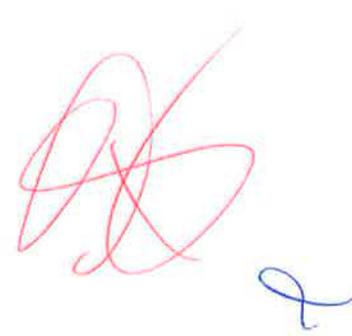
Sabemos que os jornalistas acompanham os registros de ocorrências e muitas vezes o trabalho de apuração jornalístico é deixado de lado para dar lugar a atual cobrança por cliques nas matérias publicadas. Diante disso, manter uma relação próxima dos repórteres que fazem esse acompanhamento, a chamada ‘apuração’ pode ser a peça chave para evitar erros e falas que desconsiderem o trabalho de investigação da polícia, deixando tudo em uma fala jornalística que pode estar equivocada.

É possível pensar em um programa que aqui podemos chamar de educacional. Neste programa serão chamados os jornalistas de redação para conversar com pontos focais dentro da Secretaria de Segurança Pública ou de delegacias no interior. Essas conversas devem ser rápidas e terem assuntos distintos. Como: como funciona uma denúncia por estupro? Que tipo de suporte dispomos nas delegacias? O registro do crime pode mudar?

Essas pautas, em formato de dúvidas, podem gerar curiosidade nos jornalista e também trazer respostas para que, antes mesmo de surgir uma matéria, seja possível evitar ruídos de informação.

A proposta do Programa para Jornalistas pode ter início em um projeto piloto que observe principalmente as causas femininas dentro das delegacias e pode contar com parcerias como a Secretaria de Estado da Saúde, que disponibilizaria psicólogos e médicos para falar da colaboração com a polícia.

Depois da estrutura do programa montada, seria interessante sugerir para um programa de entretenimento com pautas jornalísticas, como o Encontro, da TV Globo, acompanhar uma dessas aulas e traduzir com pessoas o que os números apontam.



Data: 08/09/2020

Veículos: Fiquem Sabendo/Ponte Jornalismo/ R7

Programas/Editorias: Locais/ Geral/São Paulo

Títulos da matéria: Denúncias de violência contra animais em São Paulo aumentam 81,5% em 2020/ 'A meta de mortes pela polícia tem que ser zero': tenente-coronel Adilson de Souza/Homem faz mulher refém com faca no pescoço em estação de metrô

Regiões: São Paulo/ Nacional/São Paulo

Veiculações: Negativa/Neutra/Neutra

Análises

A agência Fiquem Sabendo realizou um levantamento com dados conseguidos por meio da Lei de Acesso à Informação (LAI) que mostram que entre janeiro e julho de 2020 São Paulo registrou um aumento de 81,5% nas denúncias de violência contra animais. Por dia, a Delegacia Eletrônica de Proteção Animal (DEPA) registra 59 casos, no entanto, a Polícia Civil informa que muitas denúncias não se confirmam e trata-se apenas de importunação entre vizinhos por conta do latido dos cachorros.

A tese de doutorado do tenente-coronel da reserva da PM paulista, Adilson Paes de Souza, é o tema da reportagem do Portal Ponte Jornalismo que tenta explicar o índice de letalidade da polícia paulista, suas origens e a permanência de um espírito de combater o "inimigo da nação", conforme explica o tenente-coronel em entrevista pingue-pongue publicada no material.

A última reportagem verificada neste contexto foi a matéria do R7 que noticia o fato ocorrido no metrô de São Paulo em que a Polícia Militar, por intermédio do GATE (Grupo de Ações Táticas Especiais), atuou para conseguir prender um homem que ameaçava uma mulher com uma faca no pescoço. A estação de metrô foi fechada durante o sequestro.

Pontos Positivos

Ainda que os materiais apontem situações complicadas de segurança pública, em todos os textos há um retorno do trabalho da força policial. Seja na atuação durante um sequestro, seja no oferecimento de alternativas digitais e até na busca por soluções para uma cultura bélica.

Cabe destacar que todo o trabalho de desenvolvimento de uma alternativa digital recebe maior importância quando o jornalista consegue mostrar que há uma questão latente na sociedade a ser tratada. É importante dar subsídios para encontrar saídas para os assuntos mais necessários entre as pessoas.

Riscos à Imagem

É importante manter atenção ao trabalho e às conclusões que o tenente-coronel da reserva da Polícia Militar apresenta. Ainda que esteja no papel de pesquisador. Quando há um espaço midiático em um importante veículo de comunicação para ouvir a percepção de um homem que é parte integrante do sistema, é preciso manter atenção ao que é apontado e pode repercutir negativamente para a sociedade.

Sugestões de Estratégias

Falar sobre transparência e dados de segurança pública é sempre um tema espinhoso. Mas, é preciso esclarecer para a população que São Paulo está na vanguarda do trabalho de acompanhamento, divulgação e ampliação da transparência

Este não é um plano de comunicação simples e envolve diversas instâncias, inclusive o Governo do Estado como um todo, mas é preciso iniciar um projeto de longo prazo para que seja construída a imagem da necessidade dos agentes de segurança.

Por isso, um plano de comunicação deve prever 4 anos. Dentro do mandato de um governador que também faça parte da estratégia de comunicação. Para elaborar essas medidas, uma roda de conversa entre policiais da reserva, pesquisadores, policiais na ativa e assessores de comunicação deve ser realizada. Em quatro encontros, cada um falará do seu ponto de vista, sem interrupção ou debates, a ideia é ouvir o que cada um tem a dizer. Levantados os principais pontos, serão observados os pontos de convergência e de divergência de cada público. Com base nas convergências, será pensado um plano que privilegie: ações educativas para os policiais na ativa, ampliação da divulgação de dados e informações sobre ações policiais, combate a corrupção e atividades nas comunidades.

Cada um desses pilares exigiria um trabalho de comunicação distinto que vai desde a construção de textos a serem repassados para a imprensa em formato de press-release. Até a criação de canais digitais que retratam, por exemplo, a presença positiva de PMs em comunidades,

Data: 06/10/2020

Veículos: Diário do Litoral Online/ G1/ TV Diário

Programas/editorias: Opinião/ Mogi das Cruzes/Suzano/ Diário TV 1º Edição

Títulos da matéria: Tenente Coimbra - Cadeia para maus-tratos contra animais domésticos/ Após prisão de ginecologista por suspeita de estupro, mais duas mulheres procuram delegacia para registrar abusos/

Ginecologista é preso em Suzano suspeito de abuso

Regiões: Baixada Santista/ Mogi das Cruzes/Mogi das Cruzes

Veiculações: Positiva/Neutra/Neutra

Análises

O portal de notícias G1 e a TV Diário, reprodutora de sinal da TV Globo na região de Mogi das Cruzes noticiaram a prisão do médico ginecologista José Adagmar Pereira de Moraes, acusado de estupro. A denúncia foi feita em Suzano e após a notícia ganhar espaço na mídia outras vítimas se apresentaram.

Já o Diário do Litoral, jornal da região da Baixada Santista, publica artigo assinado pelo Tenente Coimbra, deputado estadual em que comemora a medida anunciada pela Lei Sansão. O objetivo é proteger a vida de animais, aumentando a pena de crimes de maus-tratos para os agressores, na tentativa de coibir os casos.

Pontos Positivos

No artigo sobre a Lei Sansão o deputado estadual, Tenente Coimbra, apresenta o sistema de registro digital da Delegacia Eletrônica de Proteção Animal (<http://www.ssp.sp.gov.br/depa>), criado pelo Governo de São Paulo e implementado para realizar registros online de qualquer equipamento com acesso à internet.

Por se tratar de um artigo de uma figura pública, o material ganha ainda mais relevância, já que está atrelado a informações pertinentes sobre os crimes contra animais

Riscos à Imagem

Mesmo sendo um crime terrível o noticiado no G1, do ponto de vista da Secretaria de Segurança Pública a a matéria é neutra já que a investigação segue em andamento.

Portanto, não há risco à imagem da instituição nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

Registros terríveis de crimes contra animais passaram a ficar cada vez mais comuns, já que as pessoas conseguem fazer vídeos e fotos com os celulares que estão ao alcance das mãos.

Por isso, a medida de usar a mesma facilidade encontrada para publicar casos ser também utilizada para denunciar é uma atitude que precisa ser amplamente divulgada. E que é possível fomentar uma imagem de inovação atrelada a imagem do patrulhamento.

Para além dos releases nos veículos de comunicação tradicionais, faz-se necessário criar estratégias nas redes digitais, em sites, blogs e perfis nas redes sociais que trabalhem a pauta de Meio Ambiente e proteção animal.

(Uma possibilidade é criar espaço na página Meio Sustentável, voltada especificamente na formulação e conteúdo relacionado aos cuidados com a natureza e na defesa dos animais. Além do trabalho de publicação de releases, um projeto com um perfil de Instagram, com quase 100 mil seguidores, poderia propagar a informação de como fazer uma denúncia e a importância da ferramenta digital da Delegacia Eletrônica de São Paulo.

Data: 07/10/2020

Veículos: Diário do Litoral

Programas/editorias: Cotidiano

Títulos da matéria: Cadeia para quem cometer maus-tratos contra animais

Regiões: Baixada Santista

Veiculações: Positiva

Análises

A região da Baixada Santista recebe a informação veiculada pelo jornal Diário do Litoral em seu editorial, espaço dedicado a dar a opinião do jornal, de que no Dia Mundial dos Animais o governo federal sancionou a Lei Sansão, que prevê cadeia para quem maltratar animais.

A matéria relata ainda que o índice de abandono de animais cresceu 60% durante a pandemia de COVID-19 e que é possível denunciar crimes através da Delegacia Eletrônica Digital, da Polícia Civil de São Paulo.

Pontos Positivos

A matéria trata de forma positiva a produção de uma lei com penas mais duras para quem maltratar animais e dá a informação do serviço de denúncia digital.

Todo o material é positivo já que mostra o esforço das várias instâncias públicas em conseguir promover ações de cuidado e acolhimento para os animais nesta sociedade.

Riscos à Imagem

Não foram detectados pontos negativos nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

É de conhecimento público que quem maltrata animais dá um indício de comportamentos de que futuramente irá cometer atos de criminosos de violência contra humanos. A pesquisa internacional conduzida pelo FBI em parceria com o instituto Animal Welfare, demonstrou que o comportamento de pessoas violentas começou primeiro com animais.

Usando esta afirmação, a Secretaria de Segurança Pública pode usar como gancho para noticiar a possibilidade de realizar denúncias através do canal digital Delegacia Eletrônica de Proteção Animal.

A ideia aqui seria realizar um trabalho de conscientização com o apoio de uma entidade Não-Governamental que atue na proteção animal como o instituto ANDA que denuncia ação de maus-tratos contra animais. As

peças, podem ficar mais sensibilizadas em denunciar se perceberem que o comportamento não deve ser naturalizado e que pode causar outros distúrbios sociais.

Uma possibilidade aqui seria criar um material informativo com conteúdos sobre a realização da denúncia, o fluxo de informação deste trabalho e como um simples boletim de ocorrência registrado pelo celular pode levar a polícia a investigar e prender assassinos em série. O conteúdo poderia chegar até as pessoas por meio de podcasts curtos, com informações precisas e linguagem simples.

Outro ponto a ser explorado é a forte conexão entre psicopatia e maus-tratos aos animais conforme explica a psiquiatria. Explorar a curiosidade humana noticiando casos resolvidos pela polícia de São Paulo que permitiram que outros crimes fossem impedidos é uma forma de promover os serviços e produzir um aumento na aceitação do trabalho policial em todo o Estado.

Data: 08/10/2020

Veículos: Gazeta de São Paulo/ DL News/ Empório do Direito

Programas/editorias: Locais/Notícias/Colunas

Títulos da matéria: Lei mandará agressores de animais para a cadeia/'Falta vontade política de Doria para valorizar policiais', diz presidente de Associação de Delegados/ Populismo penal é ruim pra cachorro: uma análise da 'Lei Sansão'

Regiões: São Paulo/ São Paulo/São Paulo

Veiculações: Positiva/Negativa/Neutra

Análises

A Gazeta de São Paulo publica artigo do Tenente Coimbra em que se comemora a promulgação da Lei Sansão e a possibilidade de realizar denúncias de forma digital. Já o site Empório do Direito, critica a lei federal, Lei Sansão, e discute o trabalho de delegacias para coibir o crime, mas conclui dizendo que o aumento da pena para agressores pode não surtir o efeito desejado.

No periódico DL News é publicada uma entrevista com o presidente da Associação dos Delegados de Polícia do Estado de São Paulo (Adpesp), Gustavo Mesquita Galvão Bueno que cobra valorização de servidores da Polícia Civil de São Paulo

Pontos Positivos

A divulgação do site para realização de denúncias contra maus-tratos animais é o ponto forte das matérias que tratam da Lei Sansão.

Atrair uma ferramenta de denúncia a possibilidade de punição pode provocar nas pessoas a impressão de que há coerência na ação e de que a denúncia será investigada e haverá uma conclusão justa para o caso.

Riscos à Imagem

Sempre haverá uma fala em Sindicatos e Associações sobre a falta de valorização do trabalhador. No entanto, a crítica do Delegado ultrapassa o congelamento do salário e chega até ao sucateamento das forças policiais e da possibilidade do governo tentar encobrir os problemas fazendo uso da crise sanitária, causada pela COVID-19.

O discurso deixa para a população a clara sensação de abandono e incapacidade do governo de gerenciar as forças policiais de forma positiva para toda a população.

Sugestões de Estratégias

Menos comum do trabalho de assessoria de imprensa e comunicação pública, o uso da imagem de uma pessoa para defender uma ação, pode ser uma opção para o trabalho de divulgação da Delegacia Eletrônica, especialmente da área focada em gerar medidas de atuação para o combate aos maus-tratos de animais.

Uma figura muito conhecida por defender animais em situação de maus-tratos é a modelo Luisa Mell, que possui 4 milhões de seguidores na rede social Instagram e outros 3 milhões no Facebook. Somando o número de pessoas que a acompanham é quase a mesma quantidade de moradores da cidade de São Paulo, uma metrópole. Por isso, ações de mídia com ela para falar sobre como fazer uma denúncia, a importância de usar o canal de forma idônea e também um postagem mostrando como funciona o trabalho de averiguação da polícia poderá render um ganho de imagem promissor ao trabalho de combate aos maus tratos animais.



Data: 15/10/2020

Veículos: G1

Programas/editorias: São Paulo

Títulos da matéria: Governo de SP cria divisão policial com delegacias especializadas no combate a crimes cibernéticos

Regiões: São Paulo

Veiculações: Positiva

Análises

O Portal G1 dá espaço na editoria São Paulo para tratar do anúncio feito pelo governo de São Paulo sobre a criação de uma divisão da Polícia Civil com quatro delegacias especializadas no combate a crimes cibernéticos. Segundo a matéria houve uma ampliação no tratamento destes crimes que antes eram tratados apenas em uma delegacia que investigava fraudes cometidas por meios eletrônicos. Com a divisão realizada outras quatro delegacias foram criadas, são elas: Delegacia sobre Fraudes contra Instituições Financeiras praticadas por meios eletrônicos, Delegacia sobre Fraudes contra Instituições de Comércio Eletrônico, Delegacia sobre Violação de Dispositivos Eletrônicos e Redes de Dados e a Delegacia de Lavagem e Ocultação de Ativos Ilícitos por meios eletrônicos.

Pontos Positivos

É de extrema importância e relevância social o anúncio da ampliação e organização das Delegacias que investigam crimes cibernéticos.

A matéria mostra que a mudança é necessária e o governo está se preparando para atender a demanda da população para apreender e punir os praticantes de crimes nas redes sociais.

Riscos à Imagem

Não há risco à imagem no material analisado.

Sugestões de Estratégias

Uma forma viável de aumentar o alcance da amplitude de uma medida como a criação de um departamento de crimes cibernéticos e que contribui para aumentar o alcance da medida, dando credibilidade é também mudando o trabalho rotineiro da assessoria de imprensa para o formato de assessoria de imprensa digital.

Nesta estratégia ligada à assessoria de imprensa haverá um foco maior nas inserções e menções on-line.

Av Francisco Matarazzo, 1752, Conjunto 2308/2309, Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05.001-200 | Tel: 11 3807.6146

O objetivo ao promover a veiculação estratégica de publicações por meio de relacionamento com a mídia digital, blogs e influenciadores digitais é justamente estar presente onde os fraudadores e pessoas má intencionadas também estão presentes.

Data: 23/11/2020

Veículos: G1/Brasil de Fato

Programas/editorias: São Paulo/Brasil

Títulos da matéria: Corregedoria investiga três cabos da PM de SP sócios de empresa de segurança envolvida em morte no Carrefour/SP: Corrupção é o motivo para 35% das expulsões de policiais civis desde 2010

Regiões: São Paulo/ São Paulo/São Paulo

Veiculações: Negativa/Negativa

Análises

O G1 destaca a ação de investigação que está sendo conduzida pela Corregedoria da Polícia Militar de São Paulo sobre a conduta de três policiais militares de São Paulo que são sócios da empresa Vector Segurança Patrimonial Ltda., responsável pela segurança no supermercado Carrefour. Os policiais estariam envolvidos na contratação do segurança que matou João Alberto, cidadão negro que morreu após ser espancado em Porto Alegre

Já o periódico Brasil de Fato revela dados da Polícia Civil de São Paulo que mostram que entre 2010 e 2020, a Polícia Civil do Estado de São Paulo expulsou 956 agentes da corporação, e que 35% (329) estavam envolvidos em casos de corrupção. A reportagem conta ainda com fala do especialista Rafael Alcadipani, professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e integrante do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), que revela preocupação e insegurança quanto à investigação de crimes.

Pontos Positivos

É interessante o confronto em que o leitor é colocado ao perceber que a Polícia Militar de São Paulo pode estar envolvida em uma morte em Porto Alegre. Saber que o órgão do Estado não se furtou em seguir com uma investigação para verificar a conduta de seus policiais é muito importante e demonstra que o trabalho de conseguir reduzir situações de violência dentro e fora da corporação segue sendo o principal esforço da Corregedoria paulista.

Riscos à Imagem

Mais do que um risco à imagem é um dado que corrobora o entendimento da opinião pública de que a polícia é corrupta e violenta, conforme descreve o especialista entrevistado na matéria do Brasil de Fato.

São graves as acusações que estão baseadas em informações repassadas pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, o que, portanto, não há como contestar.

Sugestões de Estratégias

A força policial paulista é marcada por uma característica militar de 'combater o inimigo'. Armados nas ruas, os policiais militares tem cada dia mais ganhado a característica de vilões, principalmente, nas áreas periféricas das grandes cidades.

Não seria possível pensar em um plano de comunicação que não envolvesse, em primeiro lugar, tempo e em segundo lugar o envolvimento de todo o governo e sociedade civil. Uma ação simples, porém trabalhosa é abrir mais as portas dos Batalhões da Polícia Militar para receber as comunidades, preferencialmente, promovendo ações de cidadania, com o apoio de Organizações Não-Governamentais de direitos humanos.

Um evento como este atrai a imprensa que pode realizar a cobertura durante o dia. A assessoria de comunicação pode preparar horários distintos para receber as equipes de televisão e fotógrafos. As imagens de uma situação como essa são positivas para a corporação e podem colaborar para a cultura policial e reduzir a ideia, no imaginário, de que o combate se dá em batalha contra pessoas.

Também é possível pensar em uma atitude comunicacional de levar um porta-voz até as redações mais críticas ao trabalho da PM para apresentar o projeto de visita aos batalhões. Essa ação de relacionamento é um fator interessante do ponto de vista comunicacional já que atuaria também como um método de criar empatia nas redações que perceberiam que a polícia militar é formada por homens e mulheres buscando cumprir o dever de cuidar dos cidadãos e que a solução para evitar violência ou corrupção passa pela responsabilidade de todos, principalmente da imprensa.

Data: 26/11/2020

Veículos: CNN

Programas/editorias: São Paulo

Títulos da matéria: O que a lei diz sobre segurança privada e PMs na função

Regiões: São Paulo

Veiculações: Neutra

Análises

A CNN Brasil escreveu uma matéria sobre a presença de policiais no setor de segurança brasileira. Segundo a matéria, há um grave conflito de interesses entre as ações públicas e privadas e inclusive diz que como está estabelecida a situação no momento há um incentivo para a formação de milícias. Segundo a matéria, em São Paulo, a lei complementar 207/2019 proíbe que o policial exerça qualquer função, mesmo nos horários de folga, com exceção apenas para a educação.

No entanto, o governo de São Paulo estabeleceu a Operação Delegada para policiais na ativa que visa colocar mais policiais nas ruas durante o período que seria de folga. Conhecido como 'bico legalizado' a operação também gera controvérsias junto aos especialistas e até mesmo com os policiais que não conseguem manter o período de folga de 36 horas, justamente para prevenir a exaustão e reduzir o número de casos graves de violência.

Pontos Positivos

É uma matéria que discute o processo de contratação e a situação de policiais na ativa em todo Brasil. A percepção sobre São Paulo e suas políticas é que há uma tentativa de gerar ganhos para os policiais, rompendo com o ciclo de permitir que eles façam atividades ilegais como, trabalhar como segurança privados nos horários de folga.

Vale destacar que o projeto da Operação Delegada, ainda que controverso é uma criação que procura reduzir a desigualdade salarial e também de não permitir que milícias sejam criadas para que combatam o que é trabalho do governo.

Riscos à Imagem

A matéria está baseada no fato grave ocorrido em Porto Alegre, quando um homem foi morto por segurança de um supermercado. Envolver o nome de um programa do Estado de São Paulo com um crime causado por

violência de particulares em outro Estado é um ponto de atenção para o trabalho de assessoria de imprensa que precisa ficar atento a este material.

É comum São Paulo ser citado em todo tipo de construção jornalística, sendo um estado importante para o país, mas esse tipo de situação pode gerar um entendimento equivocado do leitor que pode acreditar que o policiais no estado estão ligados aos problemas de sociais e de segurança que o caso retrata.

Sugestões de Estratégias

É preciso manter uma relação próxima com jornalistas, principalmente em grandes redações como é a CNN.

Por vezes, é possível esquecer que o jornalismo, assim como a segurança pública, só são possíveis graças ao trabalho de pessoas que atuam dentro de seus escopos de trabalho. Por isso, é preciso ter um olhar analítico por parte da assessoria de comunicação para dentro das redações. O que não significa impedir a publicação do material, mas sim, trabalhar em conjunto uma maneira de informar e apresentar o que é mais relevante para a população.

Uma medida possível aqui é adotar como prática um contato posterior a publicação com o repórter e compreender qual foi o caminho do raciocínio que permitiu atrelar a Operação delegada a um crime em Porto Alegre. Esse trabalho pode ter um respaldo contínuo e estar focado apenas na atuação junto aos grandes players de comunicação: Globo, G1, R7, Folha de S. Paulo, entre outros.

Mas precisa considerar que o assessor de imprensa que fará este contato precisa estar muito consciente sobre a matéria publicada e ter vasto conhecimento sobre as ferramentas que estão disponíveis em Segurança Pública, além é claro de possuir sólida formação na área de comunicação, o que portanto, denota a necessidade de um perfil um pouco mais sênior na função.



**Experiência, Capacidade de Atendimento, Perfil e
Habilidade dos Profissionais**

Av Francisco Matarazzo, 1752 conjunto 2308/2309 - Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05001-200 Tel: 11 3807.6146

**EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE DOS
PROFISSIONAIS**

A **Pridea Comunicação** é resultado da união de uma empresa com mais de quinze anos de atuação no mercado de comunicação, a Atelier de Imagem e Comunicação, com profissionais da área de tecnologia da informação, agregando dois conceitos: a tecnologia e a inovação, que faz parte do DNA dos novos funcionários, e do conteúdo, marca registrada que fez com que a Atelier figurasse entre as maiores e mais relevantes do segmento.

Com um amplo portfólio de produtos e serviços, a **Pridea Comunicação** conta com uma equipe extremamente especializada e capacitada para enfrentar os desafios impostos por clientes de diferentes áreas de atuação. São profissionais com larga experiência em veículos de mídia, como jornais diários, revistas semanais, televisão, rádio e internet, além de todo conhecimento e vivência de anos de atuação em projetos de Assessoria de Comunicação e Imprensa em diversos segmentos.

Além disso, a Agência dispõe ainda de um grupo de colaboradores especializados em estratégias e ferramentas digitais, o que permitiu a construção de um novo conceito, o Content Tech, que abarca a construção de narrativas aprofundadas aliadas a uma metodologia amparada em Big Data, que nos permite analisar performance e propor soluções inovadoras.

A **Pridea** tem expertise no atendimento de clientes da iniciativa privada e do setor público, que desempenham atividades nos mais diversos segmentos, fato que fez com que a empresa criasse processos diversificados e eficientes de trabalho capazes de reunirem desafios extremamente complexos. O desenvolvimento de uma visão estratégica diferenciada permitiu que a Agência ampliasse seu rol de serviços e soluções oferecidas ao longo dos anos, fazendo com que os clientes tenham acesso às mais modernas e atuais ferramentas oferecidas no mercado, aliadas a uma consultoria estratégica permanente e uma operação ágil e efetiva.

Pautada pela convicção de que a reputação é o principal valor dos nossos clientes, a **Pridea Comunicação** atua por meio de processos altamente personalizados, garantindo entregas que levam em conta as

características e especificidades de cada um deles. A Agência acredita que a construção da imagem está diretamente ligada a valores como empatia e relacionamento. E por apostar nisso, investe permanentemente na imersão cultural junto a seus clientes, entendendo que a conquista da credibilidade passa necessariamente por um aprofundamento do diálogo entre os profissionais envolvidos nos projetos e na construção de uma relação de confiança mútua e consistente.

Esses atributos permitiram a criação de uma agenda importante de relacionamento com a imprensa de todo Brasil e com formadores de opinião e parceiros que conferem qualidade e solidez aos projetos criados e implementados ao longo dessa história. Amparada pela crença de que a ousadia é matéria-prima para os processos criativos e que a ética e a lisura são nossos maiores norteadores, apostamos em nossos funcionários e colaboradores e na construção de relações como ponto fundamental de qualquer empreitada.

Equipe: profissionais alinhados às missões, visões e valores dos clientes

O capital humano está no centro das nossas operações. Por isso, construímos um time diversificado, com habilidades e perfis distintos. A experiência e competência dos profissionais e colaboradores que atuam na **Pridea** enriquecem nossos produtos e serviços e dinamizam a operação, oferecendo aos clientes um repertório qualificado e dinâmico no entendimento dos desafios impostos. A equipe é composta por profissionais de diferentes áreas e formações, como jornalismo, relações públicas, publicidade, marketing, design, fotografia, entre outros.

Essa diversidade confere às entregas um caráter altamente qualificado e personalizado a partir das necessidades e perfis de cada cliente. Tendo em vista suas competências, as equipes são divididas a partir de suas áreas de atuação, sempre com foco nas diretrizes estabelecidas por um núcleo estratégico que coordena todas as operações e sinaliza a necessidade de mudanças de rumo ou alterações de escopo dos trabalhos realizados.

Entre os segmentos que atuam na **Pridea** constam: Criação de Conteúdo Impresso e Digital, Assessoria de Imprensa, Arte e Design, Redes Sociais, Sites, Gerenciamento de Crise, Monitoramento de Mídia, Clipping de Mídia, Media Training, Produção de Conteúdo e Tecnologia, Criação e Produção de Vídeos,

Administrativo e TI. Todos eles se relacionam diariamente e têm seus processos acompanhados e estabelecidos a partir de ferramentas de gestão modernas e eficientes, capazes de mensurar os resultados e as estratégias implementadas em cada projeto.

Fluxo de Trabalho: acompanhamento e revisão permanente de procedimentos

A fim de estabelecer fluxos e rotinas de trabalho eficientes, a **Pridea Comunicação** opera a partir de dinâmicas que envolvem os profissionais de todas as áreas, tanto os que atuam internamente como os que operam sediados nos clientes. Para isso, são realizadas reuniões de alinhamento constantes e oficinas de *brainstorming* que possibilitam novas ações e ideias a serem incrementadas.

Além do acompanhamento permanente da imprensa para mapeamento do noticiário, em especial das áreas de atuação dos clientes, a **Pridea** atua com diagnóstico e acompanhamento consistente de boas práticas relacionadas e *benchmarking* da concorrência. Para esta finalidade, também são utilizadas ferramentas de análise das mídias sociais que detectam qualquer menção às marcas ou temas determinados pela equipe de Monitoramento de Mídia.

Esses procedimentos possibilitam, para além do controle da saúde da marca, a percepção e o diagnóstico de como a audiência está sendo impactada por ações relacionadas às atividades dos clientes, permitindo a implementação de novas práticas e a antecipação de eventuais crises.

Ferramentas e Gestão de Processos

Para realizar o acompanhamento e a melhor gestão dos nossos processos, a **Pridea Comunicação** adota um rol de ferramentas que, aliadas à expertise e intervenção estratégica da equipe, permite qualificar os procedimentos e as entregas realizadas. Por meio do novo conceito de **Content Tech**, conseguimos aprofundar a criação de conteúdo com análises que nos permitem gerar melhores insights e entregar uma performance melhor nos diferentes canais de comunicação dos clientes.

O método assegura um monitoramento em tempo real dos diálogos envolvendo as marcas e seus gestores e permite que haja uma adequação de discurso rápida e eficiente ou mesmo a criação de novas narrativas que aprimorem essa conversa. Por meio dela é possível reunir em uma mesma plataforma os resultados de diferentes canais (imprensa, redes sociais, acessos ao site, entre outros), fazendo com que tanto o cliente como a equipe de comunicação possam mensurar em tempo real o desempenho de diferentes campanhas e ações de comunicação.

Seguem algumas das nossas ferramentas:

- **Dashboard da Pridea Comunicação:** análise de performance de campanhas em tempo real por meio de ferramenta desenvolvida dentro da Agência e adaptada para a necessidade de cada cliente.



Desenvolvimento e customização de gráficos via API e aplicados em software próprios, que possibilitam:

- **Análise de dados de anúncios em todas as redes sociais**, tais como: CTR (taxa de cliques), engajamento (atividades dos usuários), devices (mobile, desktop, smartphones), navegadores, sistema operacional (Ios / Android), dados demográficos (gênero, idade), dados geográficos (cidade, estado), comportamentais (fluxo de cliques na url de destino/ taxa de rejeição) e

também a medição em tempo real dos anúncios (evolução de custos, como CPC (custo por clique) ou CPA (custo por aquisição). Além disso, a **Pridea Comunicação** consegue analisar todas as outras métricas que possibilitam a tomada de decisão e documentação dos resultados de um anúncio e o retorno sobre o investimento (ROI).

- **Arquitetura de IA (Intelligence Artificial)**
- **Produção de API (Application Programming Interface)**
- **Construção de customização no software para o segmento (painéis altamente intuitivos)**
- **Arquitetura de Data Science e Business Intelligence**
- **Canais de aplicação: site, social media, social ads, inbound marketing**
- **Scup:** monitoramento de marcas, palavras-chave e assuntos nas redes sociais e nos principais sites de notícias. A partir dela e da experiência embarcada pela equipe da **Pridea Comunicação** é possível acompanhar tudo o que está sendo falado na internet sobre temas específicos. A ferramenta também permite a interação com usuários no chamado SAC 2.0, a fim de garantir um diálogo permanente com os clientes das marcas, reforçando sua autoridade e relevância.
- **Postgram:** a ferramenta possibilita a programação de publicações, bem como o acompanhamento de conteúdos no Instagram. Por meio da definição de um perfil editorial e de um cardápio de conteúdo definido e aprovado, a **Pridea Comunicação** consegue atuar nos horários mais nobres para maior impacto junto à audiência de cada cliente, ampliando as chances de converter essas mensagens em engajamento e relacionamento com a marca.
- **Bancos de Imagens:** com cadastro em diversos Bancos de Imagens, a **Pridea** consegue garantir o melhor mapeamento de fotos e imagens que condizem com a necessidade de cada cliente. A partir desses bancos, a Agência criar, desenvolve e entrega artes, peças e conteúdos que melhor se adaptem ao público-alvo de cada ação.

- **Wideo:** entre outras ferramentas de edição e tratamento de vídeos, a **Pridea** conta com uma ferramenta específica para criação de videografias e animações que traduzem de forma célere e assertiva as mensagens dos clientes. Por meio da criação de um conteúdo alinhado às expectativas e necessidades de comunicação, a **Pridea** adapta o texto a uma plataforma com imagens e som, ampliando as possibilidades de alcance e repercussão do conteúdo.
- **Ferramentas de Edição/Vídeos e Fotos:** a Agência dispõe ainda de um rol de programas e ferramentas de edição e tratamento de imagens, seja de foto ou vídeo. A partir delas é possível determinar o aspecto visual de campanhas distintas, caracterizando de acordo com a identidade visual de casa cliente peças, fotos e imagens a serem compartilhadas como forma de agregar e enriquecer o conteúdo nos diferentes canais.
- **RD Station:** o software é um importante aliado na gestão de conteúdo e de relacionamento com usuários. A **Pridea Comunicação** investe no aprimoramento constante do chamado *inbound marketing*, baseado essencialmente na produção qualificada de conteúdo relacionado a uma marca ou produto. A ferramenta possibilita uma melhor otimização para os principais sites de busca (SEO), criação de landing pages e estratégias de geração de leads, disparo e gerenciamento de e-mail marketing, fluxo de automações para relacionamento, monitoramento de acesso dos leads em sites, gestão de contatos e de mídias sociais. Além disso, é possível também qualificar análises e relatórios por meio dos dados fornecidos e acompanhados pela ferramenta.
- **Ferramentas de Mailing:** a **Pridea** investe permanentemente na nutrição e manutenção de sua agenda estratégica junto aos principais veículos de imprensa e formadores de opinião. Para isso conta com ferramentas que auxiliam na melhor performance desses contatos, mantendo os assessores de imprensa em contato permanente com setores importantes da mídia.

Contas Públicas: experiência e projetos de sucesso

A experiência da **Pridea** junto ao setor público é anterior à própria criação da empresa, já que grande parte de seus profissionais tiveram práticas prévias relevantes de atuação nesse setor. Diversos colaboradores da

Agência já atuaram em importantes contas nas esferas federal, estadual e municipal, reunindo uma bagagem que possibilita o desenvolvimento de estratégias efetivas e inovadoras.

Muitos profissionais do time da **Pridea Comunicação** já atenderam diretamente o Governo do Estado de São Paulo, entre as Secretarias de Estado da Educação, Saúde e Segurança Pública, além de organizações como: Instituto Butantan, Instituto do Câncer, Hospital das Clínicas, Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE), entre outros. Além de contas públicas nas esferas federal e municipal, como EMBRAPPII (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial), ligada ao Ministério da Ciência Tecnologia, Inovações e Comunicações, do Governo Federal, e pastas municipais, como a Secretaria das Prefeituras Regionais de São Paulo, principal braço de zeladoria da maior cidade da América Latina, a Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo, a Secretaria de Relações Institucionais e a Secretaria de Educação do município.

Atualmente, a **Pridea Comunicação** atende duas importantes entidades ligadas ao Governo do Estado de São Paulo: a Artesp (Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo), responsável pela regulação de 19 das 20 melhores rodovias do país, e o Detran (Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo), o maior da América Latina. Em São Paulo, na área pública, a **Pridea** é responsável ainda pelo atendimento da Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, a maior do país, com quase um milhão de alunos.

A expertise no atendimento a contas públicas é um ativo construído ao longo dos quinze anos de atuação da Agência, que tem em sua carteira clientes como a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, entidade que atendeu por cinco anos, sendo responsável pela Assessoria de Imprensa e Comunicação. Com um público de alunos, pais, professores e funcionários que extrapola a população de muitos países, a Pasta carrega desafios proporcionais à sua grandeza.

A **Pridea Comunicação** também foi responsável pelo departamento de Comunicação e Imprensa da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, onde atuou fortemente ainda com o Gerenciamento de Crise, aproximando o diálogo com os diferentes públicos da Pasta e criando estratégias para informar a população em meio a grandes catástrofes como o acidente com o avião da TAM, no

Aeroporto de Congonhas, o acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital, e os ataques do PCC em São Paulo.

A experiência adquirida na área pública nas três esferas (municipal, estadual e federal) garante à Agência ampla expertise em planejamento estratégico, gerenciamento de crise, proposição de pautas, atendimento e relacionamento com a mídia de todo país e alcance de resultados significativos. A equipe da **Pridea Comunicação** está perfeitamente apta a realizar o trabalho indicado neste edital, com larga experiência na área, conforme poderá ser observado nos cases e desafios que construímos com os clientes atendidos ao longo desses mais de quinze anos de história.

A seguir, indicamos algumas das principais soluções de comunicação implementadas pela equipe da **Pridea Comunicação** com seus clientes em diferentes áreas:

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ARTESP: AS MELHORES ESTRADAS DO PAÍS

A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.

Dezenove das 20 melhores rodovias estão em São Paulo e são reguladas pela agência. A Agência também fiscaliza o Transporte Intermunicipal de Passageiros, exceto nas Regiões Metropolitanas de São Paulo, de Campinas, da Baixada Santista, do Vale do Paraíba/Litoral Norte e Sorocaba. Dentre as ações, realiza auditoria de frota, garagem e instalações, ações fiscais na operação das linhas regulares, nos terminais rodoviários e nas rodovias. Além disso, a ARTESP é responsável pela regulação da concessão de cinco aeroportos regionais.

A atuação da **Pridea Comunicação** na coordenação da Assessoria de imprensa da ARTESP obteve, apenas

nos primeiros sete meses, **mais de 9.300 matérias publicadas**, resultado de **321 divulgações** realizadas. Isso representa uma **média de 1.328 matérias publicadas por mês** sobre a Agência. **Mais de 44 matérias por dia**. Para se ter uma ideia, o trabalho de divulgação de mídia espontânea, ou seja, sem qualquer custo para os cofres públicos, caso tivesse de ser comprado na imprensa, representaria um investimento de mais de **R\$ 797 milhões**. Entre as atividades desenvolvidas na ARTESP, destacamos:

- **Criação de agência de notícias interna:** a partir de levantamento de informações nas áreas da ARTESP, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em duas notícias geradas e divulgadas diariamente, garantindo exposições qualificadas em mais diversos canais. Foram mais de 9.300 exposições em sete meses, média de 44 reportagens sobre a ARTESP por dia.
- **Criação de autoridade:** com maior produção de conteúdo, a ARTESP passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como segurança de rodovias, monitoramento, contratos de concessão, modernização, inovação e tecnologia. Dessa forma, em 210 dias de atuação, 122 entrevistas qualificadas para grandes veículos foram concedidas.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da agência, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação técnica do órgão.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas, das concessionárias e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a fiscalização de ônibus regulares e fretamento.
- **Acompanhamento de operações de rodovia:** a equipe de jornalistas passou a integrar as equipes de fiscalização nas rodovias do Estado, acompanhando as ações e convidando

jornalistas locais a conhecerem a realidade das regras para fazer transporte de passageiros em São Paulo. A iniciativa rendeu maior conhecimento dos jornalistas sobre as atribuições da ARTESP, mostrando os resultados práticos das operações.

- **Acompanhamento de eventos de inauguração:** comunicação em eventos como a inauguração de obras nas rodovias, organização de coletivas e de material a ser distribuído.
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente, em edições matutinas e vespertinas encaminhadas para os principais gestores da ARTESP.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quando do interior, acessado por toda a equipe de imprensa da ARTESP. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.
- **Qualificação de porta-vozes:** a Pridea identificou potenciais porta-vozes para cada área da ARTESP, além do diretor-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:

[Handwritten signature in red ink]
[Handwritten signature in blue ink]
[Handwritten mark in blue ink]



[Handwritten signature]

DETRAN: A REVOLUÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Desde setembro de 2020, quando assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP, o grande desafio da **Pridea Comunicação** foi comunicar, da forma mais abrangente possível, a revolução digital que passa a autarquia. Até para que o cidadão pudesse ser impactado positivamente em tempos de pandemia, ainda mais diante do fechamento de postos de atendimento.

Para se ter uma ideia do desafio, de janeiro a dezembro de 2020, período de enfrentamento da pandemia do Coronavírus, foram realizados no Detran.SP mais de 125 milhões de interações pela internet, tanto pelos sites e aplicativos do Detran e Poupatempo. Em 2019, foram 47 milhões. Ou seja, um aumento de 60% em relação ao ano anterior, com quase o triplo de atendimento.

Tanto que dos principais serviços, 90% deles já podem ser realizados online, dispensando a necessidade de ir até uma unidade física do Detran.SP. O departamento de trânsito paulista aumentou em 67% o atendimento pelos portais e aplicativos. No Poupatempo, 83% dos serviços do Detran são consumidos de forma digital. A autarquia conta com 2.875 funcionários, supervisiona a atuação de 2.954 Centros de Formação de Condutores, 2.025 Empresas Credenciadas de Vistoria, 1.659 desmontes, além de credenciar 1.060 médicos e 2.169 psicólogos.

Para dar visibilidade a essa revolução digital, a **Pridea** lançou mão estratégias em todas as frentes da comunicação, tanto nos meios digitais como na chamada mídia tradicional, concentrando seus esforços no levantamento de ações e projetos e intensificando a produção de conteúdo relevante. O resultado imediato da ação pode ser confirmado já nas duas primeiras de trabalho da Agência. Na Semana Nacional de Trânsito de 2020, 1.146 matérias foram publicadas sobre o Detran.SP, sendo 100% delas positivas para a imagem do órgão. O número é 82% maior em relação ao mesmo evento no ano anterior.

Já em seus primeiros dias de atuação, a **Pridea Comunicação** implementou um processo diferente de atendimento à imprensa e, principalmente, de relacionamento com a mídia. Além da aplicação de um *Media Audit* para aferir a opinião dos profissionais de imprensa sobre o órgão, a Agência triplicou a produção de conteúdo e diversificou seus canais de conta, permitindo que as pautas relacionadas ao Detran

ganhassem muito mais capilaridade e ampla visibilidade no interior do estado.

Resultados das divulgações na Semana Nacional do Trânsito de 2020:

SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO 2020

TOTAL DE MATÉRIAS: 1.146

100% POSITIVAS

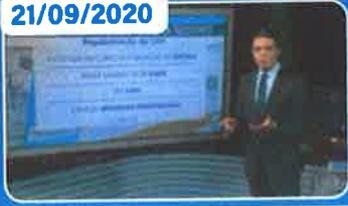
82% A MAIS DO QUE EM 2019

CONFIRA OS DESTAQUES!

GLOBO

18/09/2020  23/09/2020 

18/09/2020  23/09/2020 

21/09/2020  18/09/2020 

[Handwritten signature]

Mas o trabalho não ficou restrito à área de Assessoria de Imprensa e se estendeu para um redesenho efetivo da Comunicação do órgão, com a implantação de reuniões de alinhamento com todas as áreas e readequação das tarefas instituídas, além de ferramentas e monitores de mensuração de resultados.

Também diversificamos os canais de comunicação, com novas formas de estabelecer contato com os diferentes públicos do Detran.SP a partir de um amplo Plano de Comunicação apresentado ao presidente da entidade. Apenas nos quatro primeiros meses de atuação, entre setembro e janeiro, foram divulgados 190 materiais para a imprensa, numa média de 48 por mês. O resultado foi um total de **5.432 matérias publicadas na imprensa no período, indicando cerca de 1.358 por mês e mais de 45 por dia.**

No período, foram contatados 1.088 jornalistas e formadores de opinião, com aproximadamente 470 atendimentos à imprensa. Para diversificar a linguagem e se aproximar de alguns públicos prioritários, foram produzidas e roteirizadas **35 lives com diversos dirigentes do Detran.SP.** E mais:

- **Novo desenho da comunicação do Detran.SP**, integrando e sincronizando atuação em áreas como Relações Públicas, Imprensa, Marketing, Endomarketing, Redes Sociais e Cerimonial.
- **Construção do posicionamento estratégico de comunicação do Detran.SP**, calcado em ativos como inovação na pulverização dos serviços digitais e fiscalização.
- **Uso dos estúdios do Palácio dos Bandeirantes** para a realização de lives semanais para esclarecimento ao internauta sobre os serviços digitais do Detran.
- **Uso do estúdio de rádio do Palácio dos Bandeirantes** para a gravação de sonoras e participação em programas de rádio no Interior.
- **Organização do atendimento de redes sociais**, com a contratação de uma coordenadora, centralização no Detran no atendimento e estruturação do atendimento do SAC 2.0.
- **Elaboração de um programa semanal e vídeo de notícias do Detran** para veiculação nas

redes internas do departamento (Intranet e alertas pelo Whatsapp).

- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras nos serviços digitais, ações fiscalizadoras, acompanhamento de blitzes, entre outros conteúdos de relevância;
- **Escolha e treinamento de porta vozes**, nas áreas de Habilitação, Veículos, Atendimento e Fiscalização, para o atendimento específico de demandas de imprensa;
- **Elaboração de Papers de informação** em visitas do presidente em unidades do Detran no Interior, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;
- **Divulgação mensal dos números do Infosiga**, sistema do Governo de São Paulo gerenciado pelo Detran.SP e programa Respeito à Vida, sobre estatísticas de acidente com recortes regionais.
- **Criação de canal de WhatsApp** para envio de notícias do Detran.SP para um grupo seletivo de jornalistas que cobrem regularmente o Departamento;
- **Clipping de Notícias** produzido diariamente, em duas edições diárias, e encaminhados eletronicamente pela manhã e tarde, para os principais gestores do departamento;
- **Forte investimento em regionalização**, com atendimento a jornalistas em todas as regiões do estado, gerando a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos finais de semana;

- **Mailing de Imprensa exclusivo** por meio de ferramenta da **Pridea** foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten mark in blue ink]

EDUCAÇÃO PAULISTA: A MAIOR REDE DE ENSINO DA AMÉRICA LATINA

Para apresentar ações e impactar todos os atores envolvidos no processo de ensino, a **Pridea Comunicação** produziu e implantou um plano de comunicação integrado, amparado nos públicos internos da Secretaria (pais, alunos, professores, funcionários e comunidade escolar), além de criar parcerias com entidades do setor e estabelecer uma interlocução direta com outras secretarias estaduais e órgãos do Governo a fim de possibilitar ações integradas de comunicação.

Entre os resultados obtidos pela **Pridea** à frente da **Secretaria da Educação do Estado** podemos destacar o expressivo aumento de matérias veiculadas na imprensa, que cresceu cerca de **60%** no período. E mais:

- **Gerenciamentos de Crise** em pautas negativas com interface direta junto à jornalistas; levantamento de dados e informações, produção de FAC com perguntas e respostas; escolha e treinamento de porta vozes; produção de conteúdos para divulgação, entre outras ações;
- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda Positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras, personagens de destaque da educação, bons exemplos de políticas públicas, entre outros conteúdos de relevância;
- **Comunicação em Eventos** como a entrega de equipamentos públicos, garantindo desde a comunicação visual até a organização de coletivas e de material a ser distribuído;
- **Agenda do Governador**, na capital e no interior do Estado, com espaço definido nas reuniões semanais de Agenda do Governador, oferecendo sugestões de conteúdos de eventos, programas, projetos e ações;
- **Agenda do Secretário** com acompanhamento permanente na capital e no interior do Estado, na

elaboração de “Papers” prévios de informação, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;

- **Lançamento de Programas e Políticas Públicas** do governo paulista, como os projetos Gestão Democrática, Escola da Família e Cozinheiros da Educação, por exemplo, onde a agência atuou na produção de materiais de divulgação, na definição de estratégias de divulgação, no atendimento da mídia e colaborou com opiniões e conteúdos;
- **Números da Educação** com a criação do Banco de Dados de Informações da Educação que consolidou, desde o número de alunos, professores e colaboradores, até o andamento de projetos, obras, reformas, parcerias, entre outros;
- **Índices da Educação** com o acompanhamento constante dos números e dados que comprovaram o avanço no ensino público paulista, como a inédita primeira colocação nos três níveis avaliados pelo **Índice de Desenvolvimento da Educação Básica – IDEB** -, do governo federal e os resultados anuais do **Índice de Desenvolvimento da Educação de São Paulo – IDESP**. A atuação da Pridea no entendimento dos dados junto aos técnicos da educação e na produção de bons conteúdos de divulgação relativa à posição do Estado de São Paulo nos índices garantiu repercussão do assunto em todo o Brasil dos bons resultados no **IDEB**.
- **Monitoramento de Mídia** com a implantação do “**Torpedo-Imprensa**”, ferramenta digital de monitoramento criada pela **Pridea Comunicação** que, aliada a bons profissionais de comunicação, monitorou o noticiário do dia da Educação em televisão, rádios e sites de notícias e envia, via celular, informações qualificadas. Mais do que uma ferramenta de comunicação, o “**Torpedo-Imprensa**” propicia a identificação imediata de notícias e, assim, possibilita respostas rápidas aos veículos de imprensa, seja para gerenciar crise, oferecer porta-voz, enviar nota de esclarecimento e até, corrigir informações.
- **Clipping de Notícias** produzidos diariamente, em 3 edições diárias, e encaminhados eletronicamente pela manhã, para os principais gestores da Educação na sede da Praça da

República, para os 91 dirigentes de ensino em todo o Estado e para o gabinete da Subsecom, no Palácio dos Bandeirantes. Clippings regionais mensais, com resultados obtidos em rádio, TV e internet, foram produzidos e enviados eletronicamente para os principais gestores da Educação nas 15 regiões administrativas do Estado.

- **Mailing de Imprensa** atualizado e com acesso digital era disponibilizado para todos os profissionais de comunicação que atuavam na Educação. Com a ferramenta da **Pridea** foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.
- **Porta-Vozes em todo o Estado** foram treinados e qualificados para o atendimento das demandas da mídia regional. Em um trabalho inédito, transformamos os 91 Dirigentes Regionais da Educação em porta-vozes locais da Pasta. Para isso, fizemos reuniões em todas as diretorias regionais mostrando a importância da interface com a imprensa regional. Visitas nos principais veículos foram agendadas durante esses encontros e os resultados se mostraram certos.

No período, a **Pridea** também atuou firmemente em projetos junto à iniciativa privada, como a parceria com o Google no projeto **“Youtubers da Educação”**, que envolveu centenas de alunos e professores das escolas da capital e do interior, e com o **“Parceiros da Educação”**, que reúne empresários que colaboram na busca de soluções para as questões da Educação.

A **Pridea Comunicação** também foi a responsável por propor e intermediar parceria inédita e precursora entre a Secretaria da Educação de São Paulo e a Jeduca – primeira Associação dos Jornalistas de Educação -, que resultou em projeto conjunto para incentivo a contato entre educadores da rede de ensino estadual e jornalistas por meio da elaboração da campanha **“Fala, Educadora, Fala, Educador”**. Para dar mais voz aos professores e funcionários da rede pública de ensino, a **Pridea** construiu um manual de relacionamento com a imprensa, além de cartazes que foram distribuídos para as escolas de todo estado. A parceria contribuiu para ampliar o espaço dos educadores na imprensa, opinando, relatando novidades, sem receio de censura.

O atendimento da Educação estadual, com unidades de ensino presentes em todos os 645 municípios paulistas, gerou a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos finais de semana. No dia a dia da Agência, no atendimento à Secretaria da Educação, além do relacionamento com a mídia municipal, estadual e nacional, foi preciso criar soluções para atender a demanda de uma enorme comunidade interna e dos próprios gestores da maior escola da América Latina.

Por isso, a **Pridea** lançou mão de diversos produtos para aproximar o diálogo com esses públicos e mantê-

os informados sobre as ações da Secretaria:

- **Informativos para o Secretário e para as equipes estratégicas do Governador sobre ações e projetos da Secretaria**
- **Releases, artigos e notas para a imprensa**
- **Disparo de informes por SMS com matérias envolvendo a Secretaria**
- **Clipping de Notícias**
- **Boletim Informativo das Coordenadorias da Secretaria da Educação**
- **Boletim das Diretorias Regionais de Ensino**
- **Boletim do Professor**
- **Produção de Cartazes**
- **Newsletter para Grêmios Estudantis**
- **Newsletter para parlamentares**
- **WhatsApp para Dirigentes de Ensino**
- **Desenvolvimento de 15 materiais de apoio para reuniões do Secretário com gestores regionais**
- **Roteiro para vídeos institucionais**
- **Materiais de apoio para campanhas publicitárias**
- **Criação de Banco de Dados da Secretaria, com informações e números de projetos**
- **Criação de Banco de Personagens, com indicações de funcionários, alunos e educadores que poderiam compor reportagens da imprensa e materiais institucionais**
- **Plano de Comunicação Anual**
- **Relatório Quinzenal de exposição na imprensa**

• **Relatório Mensal analítico sobre resultados do período**

Exemplos de produtos digitais desenvolvidos:



[Handwritten signature and scribbles in red and blue ink]

Exemplos de produtos impressos desenvolvidos:



[Handwritten signature in red ink]

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



[Handwritten signature in red and blue ink]

SEGURANÇA PÚBLICA: TRANSPARÊNCIA E GERAÇÃO DE ÍNDICES

Por seis anos, entre **janeiro de 2007 e maio de 2013**, a **Pridea Comunicação** também coordenou a Assessoria de Comunicação e Imprensa da **Secretaria de Estado da Segurança Pública**. Entre as ações realizadas à frente da Pasta estão:

- Lançamento de programas e políticas públicas como a implantação da Rádio Digital nas viaturas policiais, a criação do Laboratório de DNA, o Retrato Falado Digital, a ampliação da Delegacia Eletrônica, o Monitoramento de Câmeras, não só na capital, mas em cidades do interior, entre outras ações;
- Atuação em grandes catástrofes como: Acidente com o avião da TAM no Aeroporto de Congonhas, Acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital;
- Eventos onde foi preciso a intervenção policial como o bloqueio de grandes vias públicas, a invasão e ocupação de universidades e o cumprimento de decisões judiciais em áreas públicas e privadas;
- Divulgação dos Índices de Criminalidade, com as estatísticas da violência, incluindo, à época, a queda dos homicídios em São Paulo, que bateu seguidos recordes, além, é claro,
- Iniciativas das três polícias do Estado - Militar, Civil e Técnico-Científica e os órgãos a elas vinculados.

Hoje, São Paulo é reconhecido como exemplo em uso de novas tecnologia, em novos tipos de ações e na queda de índices de crimes. Em 2011 o Estado atingiu a meta de reduzir a taxa de homicídios a 10 por 100 mil habitantes, pela primeira vez na história. Um trabalho consistente de gestão que ganhou na Assessoria de Imprensa da Pridea Comunicação um forte aliado.

Ao longo de todo trabalho, exemplos da relevância foram as capas de revistas obtidas pela **Pridea**. Somente nas revistas Veja e Veja São Paulo foram dezenas de capas, ao longo do período, com pautas sugeridas pela Agência, com temas sobre ações, projetos, serviços de relevância, resultados, cases de sucesso, personagens de destaque e políticas públicas.

Exemplos de capas das revistas Veja e Veja São Paulo:



IPT (INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS)

Maior e mais antigo centro de pesquisas do Brasil, com 119 anos, o IPT é responsável por muitos dos avanços nacionais em tecnologia nos últimos anos. Ligado à Secretaria de Estado de Desenvolvimento de São Paulo, tem cerca de 1.200 funcionários. Além dos projetos rotineiros, o órgão é responsável por alguns dos principais e maiores estudos do Brasil.

A **Pridea** gerenciou a área de Comunicação e Imprensa do Instituto de 2009 a 2014, período no qual conseguiu obter relevantes resultados junto aos principais jornais, revistas e TVs do país, além de importantes publicações segmentadas. Mesmo sendo um órgão extremamente renomado, especialmente em São Paulo, acionado sempre que é preciso investigar tecnicamente o motivo de determinado problema, o IPT e, especialmente, todas as suas contribuições para avanços tecnológicos no mundo, passava incólume

aos olhos da sociedade. Ainda que muitas das suas pesquisas impactassem diretamente a rotina das pessoas.

O desafio, portanto, foi dar luz aos estudos, pesquisas, estrutura e seriedade do Instituto, mostrando que, para além de situações que naturalmente colocavam a instituição na mídia, havia uma inteligência ali embarcada que merecia ser noticiada de maneira permanente. O mapeamento das principais iniciativas e o diálogo permanente com pesquisadores e profissionais do Instituto permitiu um trabalho consistente junto à imprensa e resultados que podem ser verificados abaixo, na compilação de algumas das principais matérias veiculadas.

Além do trabalho de assessoria de imprensa, a **Pridea Comunicação** produziu, editou e diagramou a revista que comemorou os 110 anos do IPT, em 2009. Foram 96 páginas com reportagens sobre as inovações do Instituto ao longo dos anos. Uma linha do tempo permeou a publicação, mostrando a importância do IPT para a história brasileira.

Alguns exemplos de reportagens:



Auditoria de Imagem realizada pela empresa Máquina Metric, em junho de 2013, apontou que o IPT teve como resultado de divulgação na imprensa os valores apurados de R\$ 105,9 milhões nos dois anos anteriores (2011 e 2012), com 70 reportagens no primeiro ano e 122 no segundo. Trata-se de um relevante exemplo de como a **Pridea** desenvolveu estratégias assertivas para ampliar a exposição do órgão na mídia, executando uma ampla prestação de contas de todas as ações junto a sociedade e a outros públicos prioritários do Instituto.

EMAE (EMPRESA METROPOLITANA DE ÁGUAS E ENERGIA): TECNOLOGIA A SERVIÇO DO CIDADÃO

Entre 2011 e 2012, a **Pridea Comunicação** teve a oportunidade de atender a EMAE (Empresa Metropolitana de Águas e Energia S.A), oferecendo serviços de Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia e ampliando a presença do órgão nos veículos de comunicação do estado. O trabalho contou com a expertise da Agência no atendimento de clientes da área pública e com uma sistemática de trabalho que previa a presença permanente de um funcionário da **Pridea** na sede da EMAE.

O breve período de um ano de operações permitiu aproximar gestores e técnicos da Empresa Metropolitana de Águas e Energia de formadores de opinião e jornalistas que cobriam temas consonantes à área de atuação da entidade. Também foi possível subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação com informações sobre a Empresa e colaborar na realização de pautas e eventos com a presença do então governador Geraldo Alckmin.

Em média, no período, a **EMAE esteve presente na imprensa diariamente com mais de duas matérias sobre suas ações e realizações**. Além de trabalhar as pautas positivas da entidade nos veículos de mídia, a **Pridea** também atuou no gerenciamento de situações de crise, fornecendo respostas de maneira ágil e preparando porta-vozes para se posicionarem.

As ações estratégicas desenvolvidas no âmbito da EMAE permitiram ampla divulgação da agenda positiva

da empresa, tanto em veículos de abrangência nacional como regional, ampliando o diálogo da instituição com a população local, enfatizando o oferecimento de serviço e a prestação de contas junto aos paulistas.

Os resultados obtidos são fruto da criação de uma estrutura interna de comunicação, com profissionais dedicados tanto à divulgação das ações e projetos da empresa como a colaboradores dedicados a levantar dados e insights nas áreas internas da Organização.

O trabalho foi fundamental para mapear iniciativas e criar uma agenda positiva para a entidade, que antes atuava basicamente atendendo demandas da imprensa. Foi possível, assim, dar mais visibilidade ao trabalho realizado e ampliar o diálogo com os diferentes públicos com os quais a EMAE se relaciona. Também foram realizados encontros de relacionamento com a mídia e uma forte interlocução com formadores de opinião para apresentar a empresa.

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:

NA CAPITAL PAULISTA

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO: O DESAFIO DA RETOMADA DAS AULAS EM MEIO À PANDEMIA

Em janeiro de 2020, a **Pridea Comunicação** assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. O desafio de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se aliou à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.

Com a missão de organizar os fluxos e processos internos e dar capilaridade a todas as ações que a Secretaria estava implementando para garantir o cumprimento dos protocolos sanitários a alunos, familiares e funcionários, a **Pridea** atuou fortemente no levantamento de informações e já nos primeiros dias criou um Plano de Comunicação para o período de volta às aulas. Também conseguiu nas duas primeiras semanas emplacar notas e matérias estratégicas para a Pasta e viabilizou, por meio do trabalho de PR, agendas estratégicas para o secretário. Uma delas foi o encontro dele com o presidente nacional da

Central Única das Favelas a fim de criar mecanismos para aproximar o diálogo da Prefeitura com seu público final: os familiares dos alunos da rede municipal.

Entre as principais atividades, destacamos:

- **Mapeamento de informações:** a partir de levantamento nas coordenadorias da Secretaria Municipal de Educação, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes para os veículos da capital e também para a mídia local. A iniciativa resultou no interesse da imprensa em falar com os porta-vozes do órgão municipal para saber mais detalhes sobre o retorno das aulas, principalmente das TVs, além de publicações em veículos da grande imprensa como: Uol, G1, Folha de S.Paulo, o Estado de São Paulo, CBN, Bandnews, entre outras.
- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, foi possível identificar os veículos que melhor aproveitariam cada um dos conteúdos, tendo como foco a importância de ampliar o diálogo com familiares, professores e com a comunidade escolar.
- **Interlocução com entidades:** a fim de potencializar as mensagens e as ações da Secretaria para alguns públicos mais específicos, a Pridea também mapeou, localizou e acionou as áreas de comunicação de diversas entidades. Com isso, os materiais produzidos pela equipe da Agência também foram disseminados em canais internos dessas instituições.
- **Preparo de Porta-vozes:** com maior produção de conteúdo, a Secretaria passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da Pasta, como o ambiente psicossocial, emocional e psicopedagógico que os alunos e docentes terão no retorno às aulas no período de pandemia. Assim, em aproximadamente um mês mais de 50 entrevistas foram concedidas para diferentes meios de comunicação.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado aos jornalistas passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da Secretaria, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação do órgão em relação a

algumas questões.

- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a prevenção contra o coronavírus dentro das escolas e o adiamento de entregas de tablets.
- **Clipping de Notícias:** a Pridea Comunicação implantou uma eficiente ferramenta de clipping a fim de mapear diariamente todas as notícias publicadas na imprensa envolvendo a Secretaria de Educação e seus gestores. Além disso, para melhor informar as equipes técnicas da Pasta e os próprios funcionários da Comunicação, foram instituídos dois envios diários de Newsletter com todas as publicações.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto os principais da capital quanto veículos de bairro. O material é acessado por toda a equipe de imprensa da Secretaria. Dessa forma, é possível construir envios específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.
- **Produção de paper e roteiros:** a equipe também passou a atuar na produção de materiais para subsidiar entrevistas e encontros do secretário e outros integrantes do gabinete. Também produziu roteiros para os vídeos institucionais com foco na volta às aulas. Os materiais trazem possíveis questionamentos da imprensa, sugestões de respostas, apontamento das principais mensagens, números e pontos sensíveis.
- **Plano de Comunicação:** desenvolvimento de Plano com foco na retomada das aulas nas escolas municipais. Além de todas as ações previstas e de um cronograma de divulgação, o material aponta fragilidades e oportunidades para uma interlocução mais assertiva com as famílias.
- **Produção de Peça WhatsApp:** a Pridea também desenvolveu uma peça em diferentes versões que foi disparada pelo WhatsApp informando sobre a pesquisa realizada pela Secretaria sobre a

retomada das aulas. O material chegou a ser compartilhado por diversos secretários municipais e influenciadores da rede.

Peças produzidas:



Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



[Handwritten signatures in red and blue ink]

MOVIMENTO RECICLA SAMPA: RESÍDUOS TRANSFORMADOS EM FONTE DE RENDA E TRABALHO PARA OS PAULISTANOS

Em março de 2018, a **Pridea Comunicação** assumiu a Assessoria de Imprensa e toda produção de conteúdo do Movimento Recicla Sampa. Baseada em uma plataforma online, a iniciativa, que visa a aumentar os recicláveis e diminuir a quantidade de resíduos enviados aos aterros municipais da capital, contou com uma equipe da Agência dedicada ao trabalho tanto no relacionamento com a mídia como para a criação de conteúdo para o site. Por meio da criação de materiais exclusivos, como webdocumentários, entrevistas, matérias e notícias, a plataforma se consolidou como um dos principais players de informação no tema no país e atraiu a atenção de especialistas e veículos renomados do segmento.

No total, a construção da reputação e da autoridade do Recicla Sampa resultou em **1.198 ofertas de pautas** e **mais de 500 inserções na imprensa** no período de pouco menos de dois anos, todas positivas para a imagem do Movimento. Na área de produção de conteúdo, foram produzidos e publicados 1.042 conteúdos entre matérias, entrevistas exclusivas, textos para webdocumentários, textos para Youtube, textos para podcasts e spots, entre outros.

Entre as atividades realizadas estão:

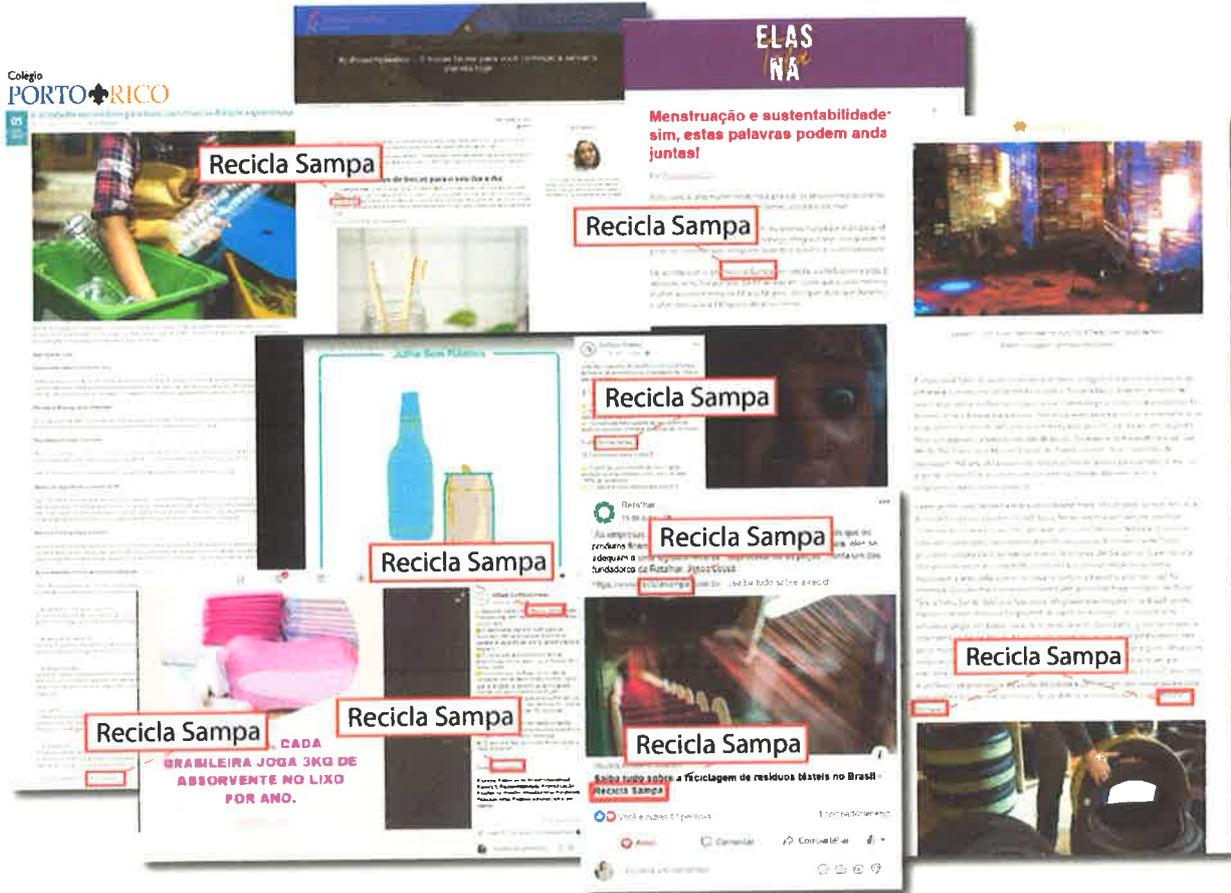
- **Relacionamento com players envolvidos no projeto:** para garantir o alinhamento de informações e a correta prestação de serviço para a população, a Pridea organizou um fluxo de trabalho junto aos três principais órgãos envolvidos com o Movimento: a Amlurb (Autoridade Municipal de Limpeza Urbana), ligada à Prefeitura de São Paulo, e às concessionárias de limpeza da cidade, Loga e Ecourbis. A comunicação se deu de forma direta, realizando a interlocução com assessorias para que o Movimento sempre estivesse pautado segundo às ações desses três agentes.
- **Papers informativos:** a Pridea realizou ainda ações para preparar porta-vozes para entrevistas, além de acompanhar reportagens e criar papers informativos para a relação dos gestores dos três players citados acima com a imprensa.

- **Criação de base de contatos qualificada:** a fim de realizar uma constante interlocução com a imprensa, a **Pridea** mapeou os veículos de comunicação, influenciadores e formadores de opinião no tema da sustentabilidade para formar o seu mailing VIP com contatos que eram acionados mensalmente para receber as novidades do Movimento. O mailing também contou com nomes de colunistas e jornalistas dos principais veículos do país, além de divisão por editorias e áreas de atuação que extrapolam o universo da sustentabilidade.
- **Interlocução com a imprensa:** de maneira ampliada, não só abarcando questões ambientais, mas também de cunho social e econômico, a Agência atuou na promoção do Movimento e no levantamento de números e informações que subsidiaram a criação de materiais específicos para os jornalistas, formadores de opinião e influenciadores. Além da produção de releases, a **Pridea** atuou no desenvolvimento de notas, artigos e materiais regionalizados, buscando a ampliação da veiculação do movimento em outras cidades. A análise dos dados do site do Recicla e das redes sociais também serviram de base para construção de pautas, que abordaram o perfil dos usuários, temas mais acessados e assuntos mais relevantes.
- **Clipping de Notícias:** com entrega mensal, a **Pridea** realizou o monitoramento do Movimento Recicla Sampa diariamente na imprensa nacional.
- **Pesquisa Recicla Sampa:** de forma totalmente virtual, a **Pridea** estruturou um questionário para medir o grau de conhecimento dos cidadãos sobre reciclagem, mapear suas principais dúvidas e os assuntos que despertam mais interesse quando se fala no tema. Os resultados serviram de base para a construção de pautas na imprensa e também para a criação de conteúdos de engajamento veiculados no portal com o objetivo de atender ao que os usuários buscam saber.
- **Acompanhamento de eventos:** a **Pridea** auxiliou toda a formatação do evento de lançamento da plataforma que aconteceu no início de 2019. Foram realizados desde o mapeamento e criação de mailings específicos para divulgação e convites, até ações estratégicas para antes, durante e depois do site ir ao ar. Além disso, a equipe de jornalistas da Agência também realizou a cobertura de eventos ambientais, incluindo congressos, seminários, palestras e fóruns, sendo eles presenciais ou

online. O trabalho consistiu na cobertura e produção de novos conteúdos sobre os eventos para o site que totalizaram em 57 ações acompanhadas e veiculadas.

- **Relacionamento com entidades:** as atividades relacionadas ao Movimento ainda renderam na construção de relacionamento com especialistas na área, na apuração de novos personagens e no acompanhamento de estudos relacionados ao tema. Foram estabelecidos relacionamentos com associações, ONGs, ativistas, empresas dentre os mais diversos setores para a criação de autoridade e relacionamento com os maiores nomes e as maiores entidades do país no tema.
- **Estruturação de banco de personagens:** toda cobertura de evento, bem como a participação de pautas e o estreitamento de relacionamento com entidades e especialistas renderam na elaboração de um banco de personagens que conta com grandes nomes da sustentabilidade, especialistas nos mais diversos setores, pesquisadores, cooperativas e cooperados, trabalhadores, empresas, dentre muitos outros que serviram como fonte qualificada para os conteúdos publicados na plataforma.
- **Produção de conteúdo:** o trabalho consistiu na apuração, pesquisa e construção de pautas pertinentes ao tema da sustentabilidade, além da produção de materiais exclusivos para a plataforma. Como principais pautas, estiveram o debate sobre políticas públicas que envolvem o assunto, boas práticas, dicas para o cidadão comum, bem como as medidas que o país e o mundo todo vêm tomando em torno do tema.
- **Gerenciamento de conteúdos na plataforma:** a Pridea também foi a responsável por gerenciar os conteúdos publicados no site do Movimento Recicla Sampa, atualizando de maneira diária o portal com matérias, notícias, entrevistas e demais conteúdos.
- **Construção de autoridade:** com todo trabalho realizado, o portal do Movimento Recicla Sampa se tornou um dos principais players de informação do tema no país, sendo referência para imprensa e para a população. Apenas em 2020, o site computou um aumento de 257% na quantidade de visitas em comparação ao mesmo período do ano de lançamento da plataforma. O ineditismo e a exclusividade dos materiais também chamaram a atenção de outros players do segmento, que

Alguns exemplos de matérias de veículos que utilizaram o conteúdo do Recicla Sampa:



[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten mark in blue ink]

Secretaria das Subprefeituras de São Paulo e Secretaria de Orçamento, Planejamento e Gestão

Entre 2009 e 2012 a **Pridea Comunicação** gerenciou a Assessoria de Comunicação da **Secretaria Municipal das Subprefeituras de São Paulo**. E entre 2010 e 2011, a Assessoria de Imprensa da **Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo**. Nestes órgãos municipais a mesma qualidade foi demonstrada, com equipes diariamente respondendo às demandas da imprensa, sugerindo pautas e lançando iniciativas.

Com equipes próprias dedicadas ao atendimento das demandas de imprensa relacionadas ao Executivo Municipal, a **Pridea** implantou processos de trabalho eficazes desenvolvidos por profissionais competentes que, para além de administrar crises e garantir posicionamento por parte da Prefeitura nas matérias jornalísticas, inseriu a capital em diversos conteúdos, que permitiram mostrar a atuação da administração.

Dividida em 32 Prefeituras Regionais, responsáveis por regiões da cidade, a Secretaria das Subprefeituras responde pela maior parte dos assuntos que afeta a rotina dos paulistanos. Toda a temática relacionada à chamada zeladoria da maior metrópole do país está à cargo da Pasta, o que por si só já dá a dimensão da complexidade e responsabilidade do desafio.

Os resultados da proatividade no trabalho relacionado ao atendimento dos jornalistas pode ser verificado em reportagens importantes que revelaram os cuidados com a zeladoria da cidade, o trabalho dos prefeitos regionais nas diversas zonas da capital, além de diversos projetos inovadores criados pelo Poder Público para aprimorar serviços essenciais.

Para dar a dimensão necessária e bem informar a população sobre o trabalho realizado pela Prefeitura, a **Pridea Comunicação** focou tanto nos projetos maiores da Pasta como em procedimentos de rotina, que até então eram de conhecimento da grande imprensa e, tampouco, dos munícipes.

Alguns exemplos de projetos que tiveram grande visibilidade: Operação Delegada, parceria do município com o Governo de São Paulo por meio da Polícia Militar; Operação Cata Bagulho, que aos finais de semana recolhia pelos bairros o descarte dos munícipes; Combate ao Entulho Irregular, com ações diurnas

e noturnas e acompanhamento de imprensa; Zeladoria da Cidade, um ação conjunta com a Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo e a Assessoria de Imprensa que viabilizou campanhas publicitárias, eventos e divulgação nos principais meios de comunicação; entre outras ações.

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



GOVERNO FEDERAL

Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII)

Desde fevereiro de 2015, a **Pridea Comunicação** coordena as atividades de Comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII). Ligada ao Governo Federal e sediada em Brasília, a instituição fomenta o desenvolvimento de projetos de inovação por todo o país realizando a ponte entre os centros de pesquisa e as empresas nacionais.

A EMBRAPPII foi criada em 2013 e é ligada aos Ministérios da Ciência, Tecnologia, Inovações, Saúde e Educação. A entidade nasceu com o objetivo de oferecer recursos para financiamento de projetos ligados à tecnologia e inovação. O investimento é dividido em três partes, sendo um terço da EMBRAPPII, recurso não reembolsável, um terço da empresa que deseja desenvolver o estudo e uma terceira parte de uma das 61 unidades credenciadas que concede pesquisadores e infraestrutura para a elaboração do projeto.

No âmbito da comunicação, a **Pridea Comunicação** atende todas as esferas da Organização Social, desempenhando um papel fundamental para construção de sua autoridade. Uma equipe da Agência atende diretamente o cliente em sua sede, em Brasília, e também na base da **Pridea** em São Paulo. Dentre as atividades exercidas, estão:

- **Assessoria de imprensa:** interlocução permanente com os principais veículos de mídia do país, além da divulgação de projetos e novas pesquisas financiadas pela EMBRAPPII. A Pridea atua também junto às unidades credenciadas pela empresa para trabalhar os assuntos regionalmente e por temática. A prática tem possibilitado destaques da instituição em importantes veículos de imprensa em todo Brasil. Além disso, balanço de projetos finalizados e contratados, bem como a parceria e os recursos arrecadados com os ministérios estão sempre em pauta. Outro ponto de atenção sempre trabalho junto à imprensa é a coordenação da Organização dos programas prioritários Rota 2030 e do PPI em IoT e Manufatura 4.0. Como resultado, ao longo dos cinco anos, 6.356 matérias foram veiculadas na mídia de diversas regiões do país citando a EMBRAPPII. O número representa uma média de 1.270 inserções ao ano. Ao longo de todo período, a entidade não

teve nenhuma matéria negativa publicada na imprensa.

- **Visitas de relacionamento:** a fim de manter uma boa relação com os principais veículos do país e, dessa maneira, ganhar mais espaço e autoridade junto à imprensa, a Pridea realiza o encontro entre a diretoria da EMBRAPII e os jornalistas de diferentes editoriais.
- **Mailing de imprensa:** para impactar de maneira assertiva veículos de imprensa, formadores de opinião e influenciadores, a Agência desenvolveu mailings diversificados e segmentados por editoriais, regiões do país e áreas de atuação da EMBRAPII. Cria e distribui materiais com linguagem adaptadas para ampliar a presença da instituição na imprensa, tanto fomentando sua autoridade institucional, como dando ênfase a seus projetos e parcerias.
- **Clipping de notícias:** com entrega mensal, a Pridea realiza o monitoramento da EMBRAPII diariamente na imprensa nacional, mapeando qualquer citação em torno da Organização, projetos ou Unidades relacionadas. A cada bimestre, é também enviado um balanço dos principais destaques na imprensa para a diretoria e conselho administrativo da entidade.
- **Banco de projetos:** criação de um banco de projetos dividido por temas, regiões e áreas de interesse, a fim de mapear a atuação da EMBRAPII de forma abrangente e nacional. O mecanismo permite que os assessores da Pridea criem pautas com base em efemérides e no cenário do país, além de auxiliar nas demandas espontâneas.
- **Banco de dados:** formatação de um material que contempla os principais números da Organização, projetos de destaques, informações sobre Unidades, parceiros, associações e empresas parceiras, para auxiliar na produção de novos conteúdos com diferentes vertentes com base na própria história da Organização. Também serve como insights para novas pautas na imprensa.
- **Eventos:** a Agência é responsável pela coordenação e produção de eventos, como congressos e seminários. Por meio de rodadas de negócios pelo país, a Empresa difunde seu modelo em busca de fomentar novas propostas. Além disso, a Pridea também realiza convites e monitoramento dos

eventos online, como webinars, lives, entre outros.

- **Gerenciamento de mailing:** desde 2019, a Pridea passou a administrar toda base de contatos da EMBRAPPII, realizando uma apuração de todo o mailing, bem como a segmentação por áreas de interesse, tipo de empresas e criação de novas bases. Dessa maneira, todo tipo de comunicado da entidade passou a ser realizado por meio de uma ferramenta de gerenciamento que apura taxa de abertura, taxa de cliques, usuários descadastrados, dentre outras informações. Para além do envio semanal de produtos, como e-mails marketings e newsletters, para a base de contatos ativos, a Agência realiza mensalmente campanhas para a arrecadação de novos leads, gerando um público fidelizado e interessado em receber os comunicados e materiais da Organização. São 4.940 contatos ativos e 15 segmentações estabelecidas.
- **Desenvolvimento de produtos gráficos e digitais:** os profissionais da Pridea também atuam na produção de conteúdo editorial e projeto gráfico de materiais impressos que auxiliam a empresa na interlocução com outras instituições, principalmente durante eventos, congressos e seminários. A Agência também é responsável por criar todo o cardápio editorial, design e peças digitais para as redes sociais da instituição. Já são mais de 960 produtos desenvolvidos ao longo de cinco anos. A parte de vídeos, tanto produção, como preparação de roteiro e edição, também fica a cargo da Pridea, que já desenvolveu mais de 240 vídeos para a instituição dos mais diversos modelos: institucionais, animação, cobertura jornalística, depoimentos, cobertura de eventos, entre outros. Com conteúdo diversificado, os materiais ajudam a EMBRAPPII a se posicionar na pauta das maiores empresas e instituições da área de inovação do país, aproximando ainda a entidade de parceiros internacionais de relevância, dando ênfase a seu modelo diferenciado.
- **Relacionamento com Congresso e Ministérios:** para atender um dos desafios da Organização em manter a interlocução com os parlamentares e ministros, a Pridea atua no desenvolvimento de produtos regionais, comunicados mensais, agendas e eventos com a participação de importantes nomes, a fim de realizar gestos e de demonstrar o impacto da EMBRAPPII para o crescimento do país nos mais diversos setores.

- **Site EMBRAPPII:** a Prieda é também a responsável por toda produção de conteúdo e atualização diária do site da EMBRAPPII, realizando principalmente a publicação de notícias, releases, resultados da exposição da EMBRAPPII na imprensa, manuais, relatórios, folders, dentre outros materiais. A Agência também administra os destaques e dados gerais na home, dá suporte técnico e realiza alteração de programações, criação de novas páginas e criação de novas áreas no site.
- **Social Media:** responsável pela criação de canais da instituição nas redes sociais, que estão no ar desde 2017. São realizadas campanhas estratégicas com anúncios para as plataformas, bem como todo o desenvolvimento dos conteúdos diários estabelecidos dentro dos pilares da instituição. A agência também monitora sua presença online diariamente e atua no relacionamento com os usuários, respondendo questionamentos, auxiliando na construção de autoridade da Organização e trazendo novas pessoas para conhecer o trabalho da entidade. Todas as ações desenvolvidas possibilitaram a criação de uma audiência qualificada para a entidade no meio digital, que hoje conta com mais de 37 mil seguidores.
- **Construção de autoridade:** os resultados de todo o trabalho desempenhado levaram a EMBRAPPII a ganhar relevância e notoriedade no cenário nacional da inovação, que hoje soma mais de 1.000 projetos e R\$ 1,6 bilhão investidos em pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I). A Organização conta hoje com diferentes redes de inovação no país, como a Rede MCTI/EMBRAPPII de Inovação em Inteligência Artificial, a maior na América Latina.

Exemplos de produtos e materiais produzidos:

AÇÕES POR TEMA

EMBRAPII nos estados



[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten mark in blue ink]

140



Handwritten signature in red ink.

Handwritten mark in blue ink.

Alguns exemplos de reportagens:



[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten mark in blue ink]

CULTURA

Na esfera cultural, a **Pridea** ganhou grande experiência ao longo dos anos, tornando-se referência no atendimento deste segmento com clientes de grande expressão nacional, como o Sesc TV, Selo Sesc, Edições Sesc e Editora Contexto. Além de alguns projetos para o Cine Sesc e São Paulo Exposamba, maior mostra de samba da história do Brasil. Também atendemos a Amigos da Arte, importante Organização Social ligada à Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo.

AMIGOS DA ARTE: A MAIOR VIRADA CULTURAL DO PAÍS

Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.

Desde abril de 2020, a **Pridea Comunicação** atua na coordenação da Assessoria de Imprensa da Organização Paulista dos Amigos da Arte. Obteve, em nove meses de atuação, **mais de 1.000 matérias publicadas** sobre a entidade, resultado de 205 divulgações. Uma média de 111 matérias por mês falando sobre as ações, projetos e programas da Amigos da Arte em todo estado.

Além de todo trabalho de mapeamento de ações, interlocução com a mídia e interface com as áreas internas da entidade, a **Pridea** também é responsável pela construção da autoridade e reputação da entidade enquanto marca. A Agência faz ainda o contato e alinhamento de materiais com as assessorias dos artistas envolvidas nas ações da Amigos da Arte a fim de criar narrativas únicas para os veículos de imprensa. Entre as atividades na agência, destacamos:

- **Criação de fluxo de informações interno:** a partir de levantamento de informações com as áreas

responsáveis pelas produções dos eventos e com a comunicação da Amigos da Arte, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em publicações diárias de notícias, garantindo exposição qualificada nos mais diversos canais de imprensa.

- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, os profissionais da **Pridea** potencializaram as divulgações por meio da criação de ganchos regionais, que ampliaram o interesse da imprensa. Também buscaram inserção da entidade em outras editorias a partir dos assuntos gerados, ampliando a própria percepção de sua atuação, como um órgão de fomento à cultura.
- **Autoridade:** com maior produção de conteúdo, a organização passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como a difusão da arte e cultura no Estado de São Paulo, a articulação com a rede de artistas, gestores municipais, produtores, empreendedores, prestadores de serviço, fornecedores, corpo técnico, a disseminação da diversidade artístico-cultural paulista e a qualidade técnica, artística e de governança da organização.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da organização na sociedade, resultando na mudança de viés das matérias.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** com o objetivo de evitar possíveis crises a **Pridea Comunicação** realizou um monitoramento de temas sensíveis e muitos deles foram tratados de maneira diferente para evitar possíveis exposições negativas.
- **Acompanhamento de entrevistas nos eventos:** a Agência realiza ainda acompanhamento de eventos semanais, como todas as edições da ViradaSP Online, transmitidas ao vivo do Teatro Sérgio Cardoso.

- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente e encaminhadas mensalmente para os principais gestores da organização.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quanto do interior. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista de acordo com o objetivo de cada evento realizado pela entidade.
- **Qualificação de porta-vozes:** a **Pridea** identificou potenciais porta-vozes para cada área da Amigos da Arte, além da diretora-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.



Alguns exemplos de reportagens:



[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Sesc TV

Canal cultural de televisão do Sesc São Paulo, o SescTV é uma instituição privada e sem fins lucrativos, de âmbito nacional, mantida pelo empresariado do comércio de bens e serviços. A **Pridea** atuou no gerenciamento da relação do Sesc TV com a imprensa por meio de um trabalho consistente de assessoria de imprensa.

Entre os principais trabalhos realizados estão, por exemplo, o programa **Arquiteturas**, do jornalista Paulo Markun, que percorria ícones arquitetônicos do país. Além disso, atuamos na divulgação do programa **Óperas**, que gravou a temporada de óperas do Teatro Municipal de São Paulo, incluindo **La Traviata**. A equipe da **Pridea Comunicação** desenvolveu todo projeto de comunicação com foco nos veículos de imprensa segmentados e nos principais formadores de opinião e influenciadores do país, com o objetivo de ampliar o espaço dos programas do Sesc TV em veículos de expressão nacional.



Selo Sesc

Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online), o Selo Sesc, que pertence ao Sesc São Paulo, surgiu para fortalecer novos nomes do mercado, apoiando o registro de artistas eruditos, com foco na diversidade cultural. A **Pridea** foi responsável por lançamentos de CDs e DVDs de artistas como Tetê Espíndola, Bocato, Guinga, Quinteto Villa-Lobos, Fortuna, Itamar Assumpção, Pepeu Gomes, Francis Hime, Tia Cida e Baita Negão. Todo o trabalho partia de um planejamento estratégico desenvolvido para cada produto, com o levantamento de todas as informações sobre a concepção da obra, seus diferenciais e conceitos. Além da interlocução com os agentes do Selo Sesc, a **Pridea** também mantinha forte diálogo com os empresários e com os próprios artistas a fim de criar uma narrativa forte a ser repercutida para a imprensa.

A Agência também atuou no acompanhamento de todos os lançamentos, com atendimento da imprensa e de críticos de música de todo Brasil. Entre os principais resultados atingidos, o fortalecimento da marca Selo Sesc foi o principal, fazendo com que os conteúdos de mídia contemplassem não apenas as obras ou seus artistas, mas também o Selo como importante instrumento de valorização da música e cultura nacionais. No total, 2.152 matérias foram veiculadas envolvendo o Selo.

Alguns exemplos de reportagem:





Edições Sesc

A **Pridea** atende este segmento do Sesc voltado à publicação de livros em diversas áreas do conhecimento, além de propor debates em seus centros culturais e desportivos no estado de São Paulo. Neste período, a Agência atuou na divulgação de mais de 30 títulos, que permeiam os campos das artes visuais, antropologia, arquitetura e urbanismo, cinema, comunicação, design e muitos outros. Entre alguns dos principais livros divulgados estão a fotobiografia da atriz Fernanda Montenegro, a biografia de Tarsila do Amaral, um livro de fotos de Hilda Hilst, a biografia de Lévi-Strauss, um dos antropólogos mais influentes do seu tempo, entre outros.

As estratégias de divulgação passam pela organização de mailing específico para cada obra, além da organização e divulgação dos eventos de lançamento, passando pela construção de todos os materiais de divulgação, como a produção de notas, releases, artigos e sugestões de abordagens junto à imprensa.

A **Pridea** também acompanha e atua no atendimento aos jornalistas em eventos de grande porte, como Flip

e Bial do Livro, buscando espaços para os livros das Edições em meio a seus concorrentes. A equipe também produz e indica estratégias para melhor impactar os principais críticos literários do país por meio do envio de livros e materiais informativos para a melhor abordagem sobre cada obra.



Cine Sesc

Divulgação do documentário “Eduardo Coutinho, 7 de outubro”, com direção de Carlos Nader, em 2015. Com o objetivo de buscar alcance nacional para o filme sobre um dos principais documentaristas brasileiros, a **Pridea** realizou um amplo mapeamento de todos os veículos de mídia do segmento, com forte interlocução com formadores de opinião e produção de materiais distintos, com foco nos formatos e perfis editoriais de cada veículo. Também atuamos na criação de conteúdos regionalizados resultado na forte veiculação em mídias de todo país.

São Paulo Expo Samba

A maior mostra de samba da história do Brasil, com seis meses de apresentações de dança e música instrumental, mesclando alguns dos mais renomados artistas brasileiros com músicos da nova geração. O

projeto contou com o trabalho da **Pridea** na área de divulgação junto à imprensa, além de toda estruturação da agenda de convidados e participantes e da produção e monitoramento de conteúdos nas redes sociais.

Para aumentar o engajamento do público nas plataformas digitais, a equipe produziu vídeos e fotos das principais atrações. Na área de imprensa, realizou agendas de relacionamentos na TV Globo, aproximando os porta-vozes do projeto a jornalistas e produtores da emissora tendo em vista o apelo popular do projeto. Como resultado a Expo Samba esteve presente na cobertura da principal emissora do país ao longo dos seis meses nos principais telejornais.

Alguns exemplos de reportagem:



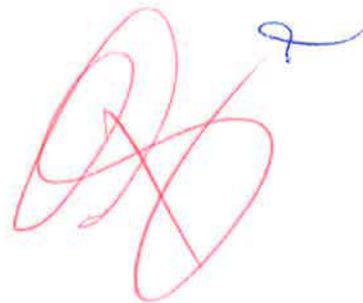
Editora Contexto

Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis e ainda os prêmios Casa Grande & Senzala, Clio e União Latina, a Contexto é uma editora consolidada. Com foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo, a empresa nasceu a partir da experiência do historiador Jaime Pinsky com o universo editorial.

Em busca de consolidar sua marca no cenário das editoras brasileiras, a **Pridea Comunicação** desenvolveu um plano de comunicação, com foco em Assessoria de Imprensa e no relacionamento com a mídia, para fortalecer os diferenciais da Contexto no mercado editorial.

A ação permitiu importante aproximação da editora e seus autores com players de destaque na mídia, como a revista Veja e a publicação segmentada 451, expoente no segmento. Além disso, a **Pridea** criou um canal direto de interlocução com críticos literários e especialistas no segmento, o que possibilitou um aumento considerável do espaço da editora nos principais veículos de imprensa do país.

A Agência também atuou na divulgação do novo selo da Editora, o Marco Polo, que tinha como objetivo a publicação de romances históricos. Como resultado, a marca Contexto passou a figurar em todas as publicações envolvendo seus lançamentos, além de se tornar fonte de entrevistas do mercado editorial brasileiro.



Alguns exemplos de reportagem:

saúde ciência

São Paulo está obesa e tem bronquite, diz médico

EM NOVO LIVRO, TRILÓLOGIA DA USF, DIZ COMO A CIDADE AFETA A SAÚDE DA POPULAÇÃO



12 | **Veja** | 12 de setembro de 2017

Leandro Karnal reúne suas crônicas

Antena do 'Estado' lança novo livro com textos publicados no jornal nos últimos três anos; 'aprendi muito'



36 | **Quatro Cinco Um** | setembro 2017

Conhecimento em circulação

Gracia por Jaime Pinsky para levar acadêmicos a um público amplo, editora Elefante completa 30 anos sem ceder a apelos comerciais. Por Lara Arinos e Gary, para o Valor, de São Paulo

36 | **Quatro Cinco Um** | setembro 2017

Abiss, Cultura

COMO METALO BRASIL



36 | **Quatro Cinco Um** | setembro 2017

Régua e compasso

Um livro que põe em discussão o futuro da arquitetura

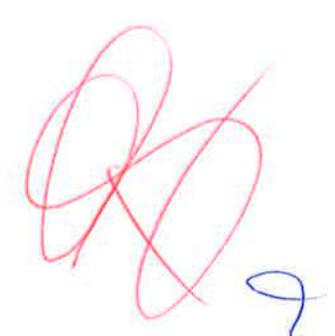


36 | **Quatro Cinco Um** | setembro 2017

Lista

Marie, Jean-Jacques. História da Guerra Civil Russa (1917-1922). Explica a guerra entre os exércitos vermelho, branco e verde, que esteve na origem da criação da União Soviética. TRAD. Jayme Martini e Patrícia Reulland. INTROD. Jaime Pinsky. Contexto. 272 pp. R\$ 49,90

36 | **Quatro cinco um** | setembro 2017



PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

CLIENTES ATENDIDOS

 <p>AGENDA TARSILA</p>	<p>Agenda Tarsila</p> <p>A Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo lançou em setembro, a Agenda Tarsila, um braço fundamental do projeto “Modernismo Hoje”, concebido pela pasta para celebrar o legado da Semana de Arte Moderna de 1922. A iniciativa é um guia especial e único sobre a temática. Além de acompanhar a programação, o público pode conferir a história do movimento modernista, curiosidades, galerias de fotos, entrevistas exclusivas com familiares, artistas contemporâneos e pesquisadores dos principais personagens que lançaram tendência no Movimento Modernista.</p> <p>Atendimento: 01/09/2021 até o momento.</p>
 <p>EMBRAPII</p>	<p>EMBRAPII</p> <p>A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii) tem por missão apoiar instituições de pesquisas para que executem projetos de desenvolvimento tecnológico voltado à inovação, com o objetivo de estimular e potencializar a força competitiva do setor industrial brasileiro e internacional. Em 34 unidades espalhadas pelo Brasil, a Embrapii atua nos seguintes campos de inovação: tecnologias em refrigeração, processamento de biomassas, materiais de alto desempenho, engenharia submarina, manufatura aeronáutica, comunicações óticas e tecnologia de dutos.</p> <p>Atendimento: 12/05/2015 até o momento.</p>

	<p>Recicla Sampa</p> <p>O Movimento Recicla Sampa, baseado em uma plataforma online, foi criado para conscientizar os paulistanos a separarem o lixo domiciliar em dois: comum e reciclável.</p> <p>Por meio da disponibilização de conteúdos diversos, como vídeos, webdocs, tutoriais, jogos, materiais para impressão, reportagens e notícias da cidade, do Brasil e do mundo a plataforma orienta e informa os cidadãos sobre a importância de aumentar a quantidade de recicláveis e diminuir o volume dos resíduos enviados aos aterros sanitários da capital.</p> <p>Atendimento: 05/03/2018 até 31/12/2020.</p>
	<p>ARTESP</p> <p>A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.</p> <p>Atendimento: 06/05/2020 até o momento.</p>
	<p>DETRAN.SP</p> <p>A Pridea Comunicação assumiu o desafio de gerenciar a área de Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP. O órgão é responsável por planejar, gerenciar e executar ações relacionadas à documentação para condutores e veículos. Também fiscaliza e autua infrações de trânsito, produz estatísticas, promove educação e gera conscientização e está presente nos 645 municípios paulistas.</p> <p>O maior departamento de trânsito da América Latina é responsável por: 29% da frota do país, 30 milhões de veículos e 25 milhões de condutores</p>

	<p>registrados. Teve sua frota triplicada nos últimos 10 anos e lida com a maior transformação digital de sua história.</p> <p>Atendimento: 21/09/2020 até o momento.</p>
 <p>CIDADE DE SÃO PAULO EDUCAÇÃO</p>	<p>Secretaria Municipal de Educação de São Paulo</p> <p>Em dezembro de 2020, a Pridea assumiu o desafio de criar um projeto de comunicação para a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. A meta de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se alia à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.</p> <p>Atendimento: 23/12/2020 até o presente momento.</p>
<p>amigos da arte</p>	<p>Associação Paulista dos Amigos da Arte</p> <p>Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.</p> <p>Atendimento: 13/04/2020 até o presente momento.</p>
<p>so+ma</p>	<p>A startup tem o propósito de aliar gestão de resíduos sólidos domésticos recicláveis (não orgânicos) à mudança de comportamento, para a promoção da qualidade do meio ambiente e desenvolvimento social nas comunidades por meio de parcerias com entidades privadas, públicas e sem fins lucrativos. Levando seus recicláveis aos espaços mantidos pela so+ma, os moradores ganham pontos que podem ser trocados por cursos, exames, alimentação básica, experiências, descontos em supermercado e</p>

muito mais. A adesão é totalmente gratuita e sem taxas de anuidade.

A startup também fomenta o crescimento da economia local ao fomentar as trocas dos pontos em comércios da região.

Atendimento: Maio de 2021 até o presente momento.



Grupo A Educacional

Fundado em 1981, o Grupo A Educacional é uma rede com quatro escolas na cidade de São Paulo – Aprendendo a Aprender, Concórdia, Horizontes e Liceu Santa Cruz e uma em Ourinhos – Saber –, no interior paulista. Conta ainda com um braço social, que mantém três creches em parceria com a Prefeitura de São Paulo: os Centros de Educação Infantil Campo Limpo IV, Mirá Orube e Pirajuçara.

A Pridea Comunicação assumiu a Assessoria de Imprensa do Grupo A com a missão de criar uma identidade de marca para além das unidades de ensino. Além disso, desenvolveu os sites das escolas, produtos para comunicação interna e todo trabalho de comunicação digital, incluindo o planejamento estratégico das redes sociais e a produção de conteúdo dos sites e outros canais digitais.

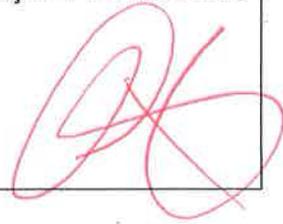
Atendimento: 01/07/2014 a 06/01/2017.



BRG – Berkeley Research Group

Criada em 2009, a BRG é uma empresa multinacional com experiência em Investigações Globais & Serviços de Assessoria em *Compliance* e Estratégia, com mais de mil profissionais distribuídos em 36 escritórios nos cinco continentes. Está presente nos Estados Unidos, Canadá, Kuwait, Austrália, México, China, Reino Unido, Colômbia, Cingapura e Panamá. A equipe da BRG para América Latina tem forte expertise em: suporte a litígios, investigações de fraudes, busca de ativos, reestruturação, contabilidade e computação forense, *valuation, due diligence, compliance,*

	<p>análise de crédito e consultoria em construção.</p> <p>Atendimento: 25/08/2016 a 04/05/2019.</p>
	<p>Edições Sesc</p> <p>Pautada pelo conceito de educação permanente e acesso à cultura, as Edições Sesc São Paulo publicam livros em diversas áreas do conhecimento. Em diálogo com a programação do Sesc, a editora apresenta um catálogo variado, voltado à preservação e à difusão de conteúdos sobre os múltiplos aspectos da contemporaneidade. Além dos títulos impressos, as Edições Sesc vêm convertendo seu catálogo em e-books que podem ser adquiridos em lojas virtuais como Livraria Cultura, Livraria Saraiva e Amazon, e em aplicativos do Brasil e do mundo como Google Play e Apple Store.</p> <p>Atendimento: 01/01/2018 a 01/01/2019.</p>
	<p>Selo Sesc</p> <p>Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online e reduz os lançamentos “físicos”), o Selo Sesc, pertencente ao Sesc São Paulo, surgiu em 2004 e oferece CDs e DVDs (além de versões em streaming) de música popular, instrumental, erudita e infantil, sempre seguindo a premissa de apoiar o registro de artistas que fazem a diferença e incentivar ações voltadas à educação e à diversidade de cultura.</p> <p>Atendimento: 01/02/2014 a 30/11/2019.</p>



 <p>30 anos editora contexto</p>	<p>Editora Contexto</p> <p>Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis, a Contexto é uma das mais importantes editoras brasileiras. Com 30 anos de existência, a empresa tem foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo.</p> <p>Atendimento: 01/03/2017 a 01/11/2018.</p>
 <p>Urban Systems</p>	<p>Urban Systems</p> <p>Atuando no Brasil há 18 anos, a Urban Systems é uma empresa de inteligência de mercado e soluções estratégicas que busca mitigar riscos de investimentos em projetos de desenvolvimento urbano, imobiliário e econômico. Já realizou análises e estudos em mais de 500 cidades do Brasil, utilizando ferramentas de geoprocessamento, marketing e urbanismo. Anualmente produz o ranking de cidades inteligentes, que elege os municípios com melhor desempenho em área como educação, saúde, inovação e transporte.</p> <p>Atendimento: 09/04/2017 a 05/07/2017.</p>
 <p>CHICAGO TRAVEL & TOURS Incredible Experiences.</p>	<p>Chicago Travel & Tours</p> <p>Empresa do segmento turístico especializada no atendimento de brasileiros que viajam para Chicago a passeio ou a negócios. A Chicago Travel & Tours tem como principal diferencial a construção de roteiros customizados, elaborados a partir da necessidade de cada grupo ou viajante. A agência também cria pacotes relevantes de negócios, oferecendo experiências e imersões em instituições, universidades e serviços públicos.</p> <p>Atendimento: 21/12/2018 a 04/07/2019.</p>

 <p>Instituto de Cultura Democrática</p>	<p>Instituto de Cultura Democrática (ICD)</p> <p>Promove o ideário democrático, por meio de cursos, conferências, seminários, congressos e outras atividades que possam contribuir para difundir e fortalecer esse valor no Brasil. Com forte trabalho na área de acervos, incluindo pesquisa da memória da política brasileira e ações para a preservação de patrimônio histórico e cultural, o ICD atua em importantes projetos em todo o país. Além da Brado Retumbante (iniciativa que resgatou depoimentos relativos ao movimento Diretas Já, participou da vinda do líder espiritual Dalai Lama ao país. Realizou também, por exemplo, um encontro com o ganhador do prêmio Nobel da Paz Adolfo Pérez Esquivel, para promover campanha pela criação da Corte Penal Internacional do Meio Ambiente.</p> <p>Atendimento: 03/10/2011 a 06/05/2013.</p>
	<p>Cozinhando na Escola</p> <p>O Cozinhando na Escola é um projeto de gastronomia educacional e pedagógico que acontece dentro da escola, oferecendo aos alunos a oportunidade de aprendizagem e vivência com insumos, utensílios e equipamentos apropriados para elaboração e criação de receitas com um toque da alta gastronomia, com orientação de consultores especializados.</p> <p>Atendimento: 04/03/2017 a 06/03/2018.</p>
	<p>Food Service Company</p> <p>Fundada em 1988, é uma empresa de assessoria, planejamento, confecção de projetos e consultoria na área de gastronomia. Pioneira no Brasil, sendo hoje a maior do ramo, facilita e aprimora serviços operacionais de restaurantes, bares, hotéis e hospitais. Atua em todas as fases do processo, desde o projeto da obra até o treinamento de garçons, a definição do cardápio e inauguração, por exemplo.</p>

	Atendimento: 05/02/2016 a 05/02/2019.
 <p>PET TRENDS DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS PET</p>	<p>Pet Trends</p> <p>É uma importadora e distribuidora de produtos <i>pet</i> multimarcas. Busca constantemente, no mercado internacional, por produtos diferenciados, de alta qualidade, durabilidade e ótima apresentação. Única representante no Brasil da empresa Petco, a maior rede de produtos pet dos Estados Unidos.</p> <p>Atendimento: 01/06/2017 a 23/10/2018.</p>
	<p>KoneLoko</p> <p>O KoneLoko trouxe ao Brasil um conceito de alimentação da Bélgica. O modelo de lanchonete foca na oferta de batata frita no cone, com diferentes complementos, a preço justo e alta qualidade. Com unidades espalhadas pelo Estado, foca no bom atendimento, rápido e eficiente.</p> <p>Atendimento: 04/05/2011 a 05/07/2019.</p>
 <p>INCORPLAN ENGENHARIA</p>	<p>Incorplan Engenharia</p> <p>A Incorplan Engenharia nasceu no ano 2000. A companhia já participou de dezenas de obras e consolidou-se na área de engenharia e construção, sobretudo em intervenções de Edificações Públicas e em Restauro de Patrimônio Histórico, em todo o Estado de São Paulo. Atua com equipe própria para realizar instalações elétricas, hidráulicas e de ar-condicionado. Ou seja, uma estrutura completa, que atende a todas as exigências dos clientes.</p> <p>Atendimento: 12/03/2015 a 04/05/2017.</p>
	<p>FormArte</p> <p>A FormArte iniciou sua história há 20 anos, como Produtora Cultural, com</p>

foco em Educação. Com o passar dos anos, a Preservação da Memória e do Patrimônio Histórico se solidificaram em sua trajetória. Hoje, tem como desafio projetar e executar projetos sustentáveis, por meio de novas tecnologias que não agridam o Patrimônio. A empresa gerencia e estimula, via leis de incentivo à cultura, instituições a preservarem seu acervo e patrimônio.

Atendimento: 05/09/2016 a 13/03/2019.



Chapa Democracia

Concorrente nas eleições para o Conselho Deliberativo do Clube Atlético Paulistano (CAP), a Chapa Democracia é formada por candidatos e apoiadores que desejam maior participação dos sócios nas decisões do Clube sempre com ética, transparência e dedicação.

Atendimento: 12/07/2017 a 04/12/2019.

ESTRUTURA FÍSICA; INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

A **Pridea Comunicação** está plenamente capacitada, tanto do ponto de vista humano/profissional, quanto em suas instalações e equipamentos, ao atendimento previsto neste edital. Tendo sua sede instalada à rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Pinheiros, São Paulo, a empresa busca atender com agilidade os objetivos e necessidades de cada cliente. Para isso, conta com equipes formadas por alguns dos melhores profissionais de comunicação do mercado, em São Paulo e em Brasília, especializados nas áreas de atuação de nossos clientes. As exigências relativas ao corpo de profissionais da empresa se estendem à rotineira atualização dos recursos e equipamentos disponibilizados para a melhor execução do trabalho.

Estrutura Instalada

A **Pridea** tem como sede um espaço corporativo de 200 m² de área útil, localizado na zona Oeste da cidade de São Paulo, com excelente acesso ao transporte público e serviços. Em um ambiente totalmente adequado às necessidades específicas do trabalho de comunicação, os colaboradores da **Pridea** desenvolvem suas atividades em ambiente climatizado, confortável e integrado nas suas mais diversas áreas, a saber: Diretoria, Coordenadoria Executiva, Administrativo e Financeiro, Assessoria de Imprensa, Internet, Redes Sociais, Vídeos, Produtos Gráficos e Digitais e Monitoramento de Mídia, além de Sala de Reunião e Videoconferência, Suporte em TI, Copa, Cozinha e Banheiros.

Assessoria de Imprensa

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 6 aparelhos de telefone.
- 1 sofá de dois lugares, estante, objetos e vasos decorativos

Redes Sociais, Produtos Gráficos, Produtos Digitais e Design Gráfico

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Monitoramento de Imprensa, Coordenação Executiva e Produção de Relatórios

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Diretoria

- 2 estações de trabalho, com 2 mesas, 2 cadeiras, 2 computadores e 2 aparelhos de telefone
- 4 poltronas
- 2 gaveteiros
- 1 estante para livros e documentos
- 2 armários de apoio
- Material de trabalho e objetos decorativos

Departamento Administrativo e Financeiro

- 4 estações de trabalho, com 4 mesas, 4 cadeiras, 4 computadores e 4 aparelhos telefônicos

- 2 armários de parede e 2 armários-arquivo

Departamento Técnico

- 1 estação de trabalho, com 1 mesa, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico

Sala de Reuniões e Videoconferências

- 1 aparelho de televisão 42” da marca LG
- 1 mesa de madeira com 8 cadeiras
- 1 aparelho de telefone sem fio Siemens
- 1 sistema de comunicação digital Logitech, com câmera e microfone para videoconferência.
- 1 móvel de apoio para exibição de produtos
- 1 estação de trabalho, com 1 mesa de apoio, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico
- 1 aparelho de TV a cabo – NET

Material de Uso Comum

- 2 impressoras a laser – HP Officejet Pro 8610
- 1 máquina de café, chá e chocolate Saeco
- 1 estante com biblioteca de comunicação, acervo de livros e demais publicações
- 2 aparelhos de TV Samsung
- 2 aparelhos de TV a cabo – NET

Informática

- 30 computadores das estações de trabalho são e contêm:
- Modelo Desktop Dell Inspiron 3647 Core i3 3.0 Ghz 4 GB de RAM HD 500GB
- Monitores 19 polegadas Dell E1910 Widescreen
- Teclados, Mouse, USB, Quietkey, Português, Opti, Black
- Mouses Dell USB dois botões
- 2 estações de trabalho Imac Corel 3/4gb/1tb/27pol – OSX 10.11
- 2 notebooks DELL Vostro 3560 com processador Intel Core i3- 2.5Ghz 4GB de RAM HD de 500GB

- Sistema comunicação imediata via internet, Skype
- Gravador de voz Panasonic US 550

Sistemas Embarcados de Comunicação

- Mailing de Imprensa Maxpress
- Ferramenta digital de monitoramento de internet e redes sociais
- Plataforma digital de agendamento e posts no Instagram
- Photoshop, illustrator, InDesing, Premiere, ferramentas que permitem criação e edição de imagens, sites, produtos gráficos e digitais
- Banco de Imagem
- Plataforma para produção e edição de vídeos e animação
- Ferramenta de monitoramento e criação de e-mail marketing e outras funcionalidades para marketing e campanhas
- Sistema de envio de mensagens de texto via SMS para compartilhamento de informações e notícias
- Agenda Google compartilhada
- Plataforma para gravação e edição de áudios

Softwares

- Microsoft Office 2010 x 86
- Microsoft Office 2013 x 64
- Microsoft Office 2016 x 64
- Microsoft Windows 7 PRO x 86
- Microsoft Windows Server 2008 STD 64x
- Microsoft Office Mac
- Adobe Creative Cloud for Mac para equipes
- Microsoft Windows 10 Pro
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 4
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 5
- Mobicedit Compelson Mobicedit cell basic



- Corel Draw

Infraestrutura de TI Instalada

- 1 Link de internet NET 60MB
- 1 Link de internet TIM Live 100MB
- 1 Link de Voz VIVO 10 canais
- 3 Pontos de TV por assinatura NET
- 2 Switchs 48 portas 100/1000
- 1 Patch Panel 48 portas CAT 6
- 1 Patch Panel 24 portas CAT 5
- 1 Roteador Cisco Dual Wan VPN Firewall
- 1 Servidor Dell PowerEdge R430 Intel Xeon 8GB de RAM HD de 1TB
- 1 Servidor Dell PowerEdge T110 Intel Xeon 4GB de RAM HD de 1TB
- 1 No Break 1500 KVA
- 2 No Break 300 KVA

Demais Equipamentos

Telefonia

- 1 Central Telefônica Siemens (Hipafh - Office pro) - capacidade 16 troncos e 52 ramais (1);
Interfaces celulares (Chipcell) + kit de instalação (2); Aparelhos digitais KS 12 tx;

Imagem, som e vídeo

- 4 aparelhos de telefone celular Samsung
- 1 câmera fotográfica Olympus
- 1 câmera fotográfica digital GoPro 60 D e acessórios
- 5 câmeras fotográfica/vídeo Flip
- 1 câmera de vídeo DVcam - PD 150
- 1 câmera digital de vídeo Samsung
- 1 câmera HD de vídeo - HVR z1n

- 1 VT DV Cam DSR 1
- 1 VT HD HVR M15
- 2 microfones lapela ECM 55b
- 1 kit de Luz (spots de luz fria, 2 microfones de mão, (Akai e Shure), 1 bateria de longa duração, cabos de áudio, prolongas, tripés, 1 mesa de áudio Behringer
- Acervo de vídeos

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A **Pridea Comunicação** irá implantar um sistema de comunicação eficaz para atendimento às demandas de imprensa e comunicação da **Secretaria de Segurança Pública**, órgão vinculado ao Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

O atendimento durante toda a execução do contrato, contará com metodologia desenvolvida pela **Pridea**, que inclui rotinas e processos de sucesso comprovados pelos mais de 15 anos de atendimento ao poder público, com alguns dos mais complexos programas de comunicação integrada do Brasil. A metodologia engloba quatro etapas: **Diagnóstico, Planejamento, Implementação e Avaliação**.

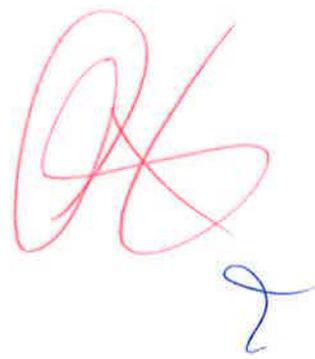
As duas etapas iniciais – **Diagnóstico e Planejamento** –, desenvolvidas a partir das diretrizes e necessidades da **Secretaria de Segurança Pública** serão base para o trabalho contínuo de **Implementação e Avaliação**, que acontecerão durante toda a extensão do contrato.

A seguir é apresentada a descrição de cada etapa, assim como a sistemática a ser adotada para garantir o melhor atendimento.

1 - DIAGNÓSTICO

Prazo de Execução:

Uma semana após a aprovação para início de trabalho



De imediato, a **Pridea** iniciará um diagnóstico da atual estrutura de comunicação, sobremaneira de imprensa, da **Secretaria de Segurança Pública**. Tal ação será facilitada devido à experiência da empresa na área pública. Nesta fase será possível explorar os desafios e variáveis que poderão ou mesmo eventuais problemas que possam servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

Para o diagnóstico, os profissionais realizarão uma completa “imersão” nos departamentos, bem como com as áreas de comunicação das secretarias, empresas e autarquias ligadas ao governo estadual, seus programas e projetos para, assim, detalhar objetivos a serem alcançados, com a elaboração de um cenário macro, que inclui a análise retroativa da exposição em mídia e a interpretação de pesquisas desenvolvidas pela **Pridea** junto a jornalistas e formadores de opinião, conforme os detalhes abaixo explicitados:

- ✓ **Análise da exposição em mídia:** tal análise permite mensurar e avaliar a presença em mídia do **Governo do Estado de São Paulo**, ou seja, a “saúde da sua marca”. Auxilia sobremaneira na definição de parâmetros e objetivos. De imediato, a **Pridea** iniciará o monitoramento de mídia, ação que permitirá comparação em tempo real entre o passado e o presente, permitindo que o futuro seja planejado.
- ✓ **Cenário macro:** define a situação abrangente que a **Pridea** terá de enfrentar, em face dos objetivos definidos.
- ✓ **Interpretação de Media Audit:** a **Pridea Comunicação** aplicará um questionário junto aos principais veículos e formadores de opinião a fim de aferir o relacionamento entre esse público e o **Governo de São Paulo**. A ferramenta permite verificar a opinião da imprensa sobre temas e políticas públicas desenvolvidas pela entidade, além de aprimorar o relacionamento com os jornalistas por meio de um atendimento mais direcionado.
- ✓ **Objetivos a serem alcançados / cenário macro:** Com base nos dados coletados com as ações acima descritas, a **Pridea** irá elaborar objetivos a serem alcançados, com a determinação de metas a serem atingidas, sempre seguindo as premissas da **Secretaria de Segurança Pública** e da própria Secretaria Especial de Comunicação. Será executado um “road map” para a comunicação, com as seguintes ações

táticas:

- Criação de um cronograma de ações importantes, com possíveis oportunidades de comunicação a curto, médio e longo prazo;
- Elaboração de matriz de riscos, com mapeamento de temas sensíveis e definição de abordagem a cada tema;
- Identificação de “influenciadores”, pessoas da mídia que podem levar mensagem adiante de maneira rápida e certa;
- Definição de mensagens-chave a serem difundidas via mídia;
- Elaboração de matriz de oportunidades, que irá gerar a difusão de serviços de relevância para a população.

2 - PLANEJAMENTO

Prazo de Execução:

5 dias após o diagnóstico

Este será o momento de pensar o futuro, de elaborar como será a base da comunicação da **Pridea**. Ao longo do tempo, a rotina permitirá que o trabalho se molde à expectativa da **Secretaria de Segurança Pública**, mas já de início a Agência irá elaborar um planejamento que servirá para definir ações de comunicação integrada.

A partir da coleta do diagnóstico, os profissionais da **Pridea**, com a experiência adquirida em anos de atendimento sequencial a contas públicas, além do conhecimento adquirido em demais clientes do setor privado, irão se reunir para elencar os seguintes pontos: objetivos, cronograma, prioridades, público-alvo, estratégias, porta-vozes, mensagens a serem transmitidas, plano de ação e plano de gestão de crises.

3 - IMPLEMENTAÇÃO

Prazo de Execução:

Av Francisco Matarazzo, 1752 conjunto 2308/2309 - Água Branca
São Paulo - SP | CEP 05001-200 Tel: 11 3807.6146

Início imediatamente após o término do planejamento

Todos os pontos elencados anteriormente têm como objetivo uma implementação eficaz de uma gestão de comunicação. Processos e métodos já testados e com resultados comprovados serão seguidos à risca, em uma estruturada rotina de trabalho. Isso irá maximizar os resultados positivos do Governo do Estado de São Paulo, aprimorando o diálogo com a população e, como consequência, a prestação de serviço.

A implementação terá compromisso permanente com a celeridade do atendimento, com a boa relação com a mídia, com a elaboração correta de materiais a serem distribuídos, com o cumprimento de prazos e com a oferta de *feed-back* constante à **Secretaria de Segurança Pública** e à Secretaria Especial de Comunicação (Secom). Além do atendimento reativo, a equipe de comunicação da **Pridea** estará apta a colocar em prática ações proativas planejadas. Todas as atividades terão em comum procedimentos pré-definidos, permitindo, assim, a otimização de projetos e ações. Os seguintes documentos serão elaborados de acordo com o assunto a ser tratado:

- Calendário de atividades, eventos, possíveis problemas e oportunidades
- Papers de posicionamento, Q&A e demais informações
- Indicações de melhores práticas e procedimentos para gestão de crises
- Press-kits
- Mailings de imprensa
- Perfis de veículos, jornalistas e demais formadores de opinião
- Contatos de porta-vozes e demais técnicos e gestores do Instituto
- Mapa de tarefas
- 2 Relatórios diários de atividades

4 - AVALIAÇÃO

Prazo de Execução:

Imediato, ocorrendo em concomitância à implementação

Além dos dois relatórios de atividades diários, a **Secretaria de Segurança Pública** e a Secretaria Especial

de Comunicação receberão um relatório quinzenal e um relatório mensal de avaliação. A saber:

- O primeiro sobre a estratégia no período, com resultados obtidos, além de propostas para os 15 dias seguintes;
 - O segundo, com o consolidado do mês anterior.
- (mais abaixo pormenorizamos como serão os relatórios).

Todas as ações realizadas pela equipe da **Pridea Comunicação** terão mensuração constante, permitindo alterações e adequações ao longo de sua execução. Os resultados serão aferidos mediante a exposição de mídia e seu impacto na sociedade. A avaliação dos objetivos mais abrangentes poderá ter o apoio de pesquisas de opinião. Tanto a análise de mídia quanto a avaliação de resultados permitirão revisão periódica do diagnóstico e do planejamento, permitindo a redefinição, se assim for preciso, de estratégias e até objetivos.

Metodologia de Atendimento

A **Pridea** irá formar um grupo de profissionais que trabalhará diretamente para o atendimento ao solicitado neste edital, para a **Secretaria de Segurança Pública**, de maneira integrada. A metodologia que será colocada em prática para o atendimento ao serviço deste edital foi desenvolvida ao longo dos anos de experiência da Agência junto ao atendimento de contas públicas e gerenciamento de crise em diversos clientes.

No total, **17 jornalistas** estarão à disposição da **Secretaria de Segurança Pública** e da **Secretaria Especial de Comunicação**, conforme determina a carga horária no edital, para serem alocados onde o departamento definir, para melhor aproveitamento de informações. Estes profissionais também estarão em constante contato com os demais colaboradores da **Pridea Comunicação**, de diferentes experiências, formações e capacidades, para uma troca de informações que tem se mostrado sempre proveitosa.

A equipe trabalhará presencialmente no período das 6h às 22h, diariamente. Após este horário, profissionais se manterão de plantão telefônico por meio do celular. Aos finais de semana e feriados haverá

equipe de plantão 24 horas por dia, presencialmente ou por telefone. Haverá acompanhamento de eventos e agendas dos gestores. E em quaisquer dias e horários os profissionais poderão ser demandados para atendimento presencial.

A Agência se compromete a garantir a presteza e qualidade do serviço, obrigatoriamente cumprindo as exigências de formação básica e experiência profissional comprovadas.

De forma sucinta, a **Pridea** elenca abaixo processos para o pronto atendimento que poderão ser implantados conforme a definição do órgão, garantindo, assim, o intercâmbio permanente de informações, avaliação de prioridades, fornecimento de rápidas respostas à imprensa e oportunidades de ações junto à mídia.

- Reunião semanal para planejamento
- Reunião mensal para apresentação de resultados
- Reunião mensal para avaliação de resultados, oportunidades e próximas ações

Todos estes procedimentos poderão ocorrer de maneira online, se assim desejar a **Secretaria de Segurança Pública** e a Secretaria Especial de Comunicação.

Modelo

É importante ressaltar que a **Pridea** atua de maneira planejada e organizada para atendimento à imprensa. Por isso, define um modelo que inclui metas e objetivos para cada profissional, além de responsabilidades.

Além disso, a **Pridea Comunicação** exige que seu time de assessores interaja com jornalistas e apure de maneira completa as pautas solicitadas. Um protocolo de indagações é incentivado, buscando levantar todos os pontos de dúvidas e necessidades do jornalista solicitante.

O trabalho de busca por informações também é outro ponto a ressaltar. Muitas vezes, mais do que apurar corretamente a pauta a ser respondida, o trabalho de verificação interno, no órgão ou empresa-cliente, é

mais importante. Além dos dados a serem respondidos, a equipe da **Pridea** se aprofunda e procura diferenciais, números e novidades para compor as narrativas.

O mesmo acontece na proposição de pautas. A **Pridea** não abre mão do trabalho propositivo (quando o assessor de imprensa sai à frente a sugere pautas ao colega jornalista que trabalha em veículo de comunicação), que deve acontecer diariamente, e de maneira segmentada, sempre completando o trabalho reativo (quando recebe-se demanda de imprensa).

Os principais horários das redações são respeitados, assim como todos os profissionais e influenciadores são mapeados por área de interesse, fazendo com que o contato seja feito de modo a facilitar a rotina do profissional e aumente seu interesse pelo assunto que está sendo oferecido pela assessoria de imprensa.

Todo dia, a equipe coordenada pela **Pridea Comunicação** deve enviar releases à imprensa, segmentando o assunto tratado, tanto por tipo de veículo, abrangência (regional, estadual e nacional) e assunto. O procedimento potencializa as chances para o tema ganhar espaço na imprensa regional e nos diferentes tipos de mídia.

Treinamento de Porta-Vozes e Mailing

A utilização de porta-vozes é constante, já que é valorizada pela imprensa, exatamente por propiciar explicação pormenorizada sobre o assunto tratado. Todos os porta-vozes são previamente selecionados e capacitados, exatamente para que passem de maneira clara a mensagem mais correta. O objetivo é fixar mensagens, alinhar discursos e reforçar técnicas que proporcionem mais eficácia aos porta-vozes em dezenas de situações, inclusive gestão de crise.

Porta-vozes bem preparados podem ser fortes aliados em estratégias de comunicação. A sensibilização de gestores para a importância da comunicação faz parte deste treinamento. O alinhamento do discurso é essencial para evitar percepções errôneas.

Além disso, um mailing com cerca de 52 mil jornalistas e 14 mil veículos, em todo o Brasil, é

rotineiramente utilizado, para grandes divulgações ou com segmentação, em um sistema que permite escolher a(s) editoria(s) de interesse, sempre com pelo menos um jornalista por veículo.

Relatórios

Diariamente, a **Pridea** enviará à **Secretaria de Segurança Pública** e à Secretaria Especial de Comunicação relatórios de trabalho de seus profissionais. Serão dois envios diários: um no início da tarde – relatando demandas e providências da área de Comunicação no período da manhã, e um à noite completo, com a previsão de reportagens para o dia seguinte e o ocorrido durante todo o dia.

Além disso, outros dois relatórios serão produzidos. O quinzenal: com estratégias e resultados do período anterior, assuntos planejados anteriormente para divulgação ou esclarecimento, reportagens obtidas, reportagens neutralizadas e reportagens derrubadas, além de números sobre matérias positivas, negativas e neutras e tempos de entrevistas de gestores. O mensal: relatório geral sobre o trabalho da Assessoria de Imprensa e Comunicação. Este relatório terá:

- Sumário executivo: texto resumindo o acontecido em relação à imprensa no mês, com as ações tomadas pela Assessoria;
- Resumo numérico de atividades: tabela com números relativos a atendimentos à imprensa, follow-ups, apurações, textos publicados e materiais produzidos;
- Atendimentos a pedidos de veículos: tabela com a quantidade de atendimentos à imprensa, com separação para cada jornal, TV, rádio, site de notícias e emissoras de TV de todo estado;
- Follows realizados: cópias de todos os follow-ups realizados no período, incluindo o release enviado à imprensa;
- Atividades desempenhadas dia a dia: com separação por data, todas as atividades dos profissionais realizadas em cada dia do mês;

- Análise de exposição na mídia: gráficos que demonstrem a avaliação diária de reportagens, com, além do total, segmentações por tipo de veículo, órgão afetado, cidade veiculada e veículo;
- Matérias publicadas na mídia: cópia de todas as reportagens publicadas na imprensa sobre o órgão, no período;
- Papers produzidos;
- Eventos e Produtos: lista explicativa de todos os eventos realizados pelo órgão, com suas respectivas informações;
- Planejamento Estratégico e Operacional: descritivo da elaboração de ações estratégicas a curto, médio e longo prazo;
- Monitoramento de Imprensa: resultado no período do monitoramento de imprensa, identificando o veiculado sobre o assunto no mês anterior.



Divisão da Equipe – 17 Profissionais

- **1 Coordenador Geral**

Será chefe da equipe, sempre em trabalho conjunto com os profissionais da **Secretaria de Segurança Pública** e da Secretaria Especial de Comunicação. Durante todo o dia, o contato entre a Secom e o Coordenador Geral será rotineiro. Este profissional será o responsável por manter a linha de conduta da equipe fiel ao indicado pela Secretaria Especial de Comunicação, além de avaliar e planejar estrategicamente, em conjunto com os profissionais da **Pridea**, contatos e reuniões entre membros dos órgãos e da imprensa e apoiar a seleção e qualificação de porta-vozes para contato com profissionais de mídia. Juntamente com os colaboradores alocados na Pridea, o coordenador-geral terá reuniões semanais com gestores da SSP para definições de pautas, agenda da semana e ajustes que se fizerem necessários.

Coordenação Geral: Flávia Gonzalez de Souza Braz

- **1 Gerente de Imprensa – Manhã**

Profissional responsável pelo intercâmbio direto entre o Coordenador Geral e os demais integrantes da equipe de assessoria de imprensa. Também será responsável pela elaboração e estratégias de divulgação das ações e projetos da Pasta, atuando também na avaliação dos resultados obtidos. Manterá diariamente o fluxo de informações entre as equipes da manhã e da tarde. Todas as respostas passadas à imprensa, assim como sugestões de notas ou dados, deverão ser autorizadas pelo coordenador que estará constantemente em contato com os gestores da SSP e da Secretaria Especial de Comunicação.

Gerente de Imprensa: Carlos Frey de Alencar



- **3 Assessores de Imprensa - Manhã**

Estes profissionais serão responsáveis pela interlocução direta com jornalistas, veículos de mídia e formadores de opinião no período da manhã. Estarão em contato respondendo a todas as demandas e oferecendo pautas e sugestões de conteúdos jornalísticos que possam virar matéria. Também serão responsáveis pelo monitoramento de imprensa. Darão todo suporte à Gerência de Imprensa e manterão os profissionais da Secretaria Especial de Comunicação informados sobre o trabalho.



**Assessores: Ana Lucia Venerando
Douglas Martins de Souza
Roseli Bernardes de Lima**

• **2 Gerentes de Imprensa – Tarde**

Estes profissionais também serão responsáveis pelo intercâmbio direto entre o Coordenador Geral e os demais integrantes da equipe de assessoria de imprensa. Também será responsável pela elaboração e estratégias de divulgação das ações e projetos da Pasta, atuando também na avaliação dos resultados obtidos. Manterão diariamente o fluxo de informações entre as equipes da manhã e da tarde. Todas as respostas passadas à imprensa, assim como sugestões de notas ou dados, deverão ser autorizadas pelo coordenador que estará constantemente em contato com os gestores da SSP e da Secretaria Especial de Comunicação. Também serão responsáveis pelo chamado fechamento do dia, atuando tanto na produção do relatório que subsidiará a Secretaria Especial de Comunicação com as demandas do dia seguinte.

Gerente de Imprensa: Juliana de Sordi Gattone

Décio Trujilo Jr.

• **4 Assessores de Imprensa - Tarde**

Estes profissionais serão responsáveis pela interlocução direta com jornalistas, veículos de mídia e formadores de opinião no período da tarde até o fechamento do dia. Estarão em contato respondendo a todas as demandas e oferecendo pautas e sugestões de conteúdos jornalísticos que possam virar matéria. Além de alimentar o relatório diário. Também serão responsáveis pelo monitoramento de imprensa. Darão todo suporte à Gerência de Imprensa e manterão os profissionais da Secretaria Especial de Comunicação informados sobre o trabalho. Também criarão o relatório a ser enviado à Comunicação do Governo do Estado de São Paulo com as matérias relacionadas à SSP.

**Assessores: Marcelo Moreira da Silva
Thais Helena Eggert Olenk
Mariana de Araújo Oliveira Calza
Sergio Leopoldo Rodrigues**

- **2 Gerentes de Pautas, Eventos e Assuntos Especiais – Manhã/Tarde**

Dois jornalistas serão os responsáveis pela busca de pautas, ou seja, as pessoas que buscarão dentro da entidade assuntos que possam ser disseminados para a imprensa dentro das diretrizes e coordenadas da **Secretaria de Segurança Pública**. Os assuntos serão alinhados e discutidos no âmbito da Secretaria Especial de Comunicação e poderão pautar agendas e compromissos do Governador do Estado. Esses profissionais também cuidarão da criação de sugestões de eventos e de seus respectivos planejamentos. Também ficará a cargo destes profissionais a redação de artigos a serem assinados por gestores da SSP ou outras fontes indicadas pela Secom.

Pauteiros: Enio Luciolla Lopes Gonçalves

Gabriella Cristina Moura Santos

- **2 Jornalistas para Informações e Papers - Manhã/Tarde**

Estes profissionais ficarão exclusivamente incumbidos para o levantamento de informações relativos à pasta e aos temas do setor a fim de elaborar papers com dados relevantes e atualizados. O objetivo é subsidiar o secretário e demais representantes da entidade para as participações em eventos, reuniões e encontros com a imprensa. Também ficarão incumbidos de envio papers para a SSP e para as Unidades de Imprensa do Governo. As informações colhidas serão compartilhadas com os demais profissionais da equipe de assessoria de imprensa.

Jornalistas para Informações e Papers: Lucas Tavares da Silva Filho

Cláudia Cecília Correa Ramos Costa

- **2 Jornalista para Banco de Dados - Manhã/Tarde**

A Pridea manterá um jornalista dedicado ao gerenciamento de informações da **Secretaria de Segurança Pública**, tendo a incumbência de atualizar o banco de dados para subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação, de acordo com suas demandas. Também produzirá relatórios sobre ações, projetos e serviços e fornecerá, sempre que necessário, dados importantes para as próprias Unidades de Imprensa do Governo, oferecendo subsídios, com o olhar jornalístico, para divulgações e atendimentos à imprensa.

Jornalista para Banco de Dados: Marcos Rogério Lopes de Sousa

José Eduardo Tavares Barella