



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
PROCESSO SEGOV-PRC-2022/00050

PROPOSTA TÉCNICA



PROPOSTA TÉCNICA

QUESITO
1

PROPOSTA PARA O TEMA
DO EXERCÍCIO CRIATIVO





SUBQUESITO 1 – Raciocínio Básico (item 3.2.1.1.)

Relações de causa e efeito entre desafio e proposta de solução apresentada

Nos primeiros meses de 2020, gestores e servidores públicos, em todo o mundo, se viram diante de um desafio que poucos imaginariam: cuidar das pessoas e salvar vidas frente a um inimigo invisível, um vírus mortal. A pandemia de Covid-19 exigia união de esforços dentro de um mesmo governo, mas também na relação com as outras esferas de poder. Mais de dois anos se passaram, o vírus e suas mutações seguem como uma realidade, mas uma certeza se consolidou: enfrentar a pandemia e seus efeitos é a maior missão de uma geração.

Olhando pelo retrovisor do tempo, de hoje até aqueles primeiros meses, é possível distinguir, com clareza, os governos que tiveram a correta percepção histórica, unindo ciência, consciência do papel do ente público e visão humanística.

O Governo do Estado de São Paulo, mostra o tempo, não se curvou nem se acuou diante da pandemia. Uma notícia de abril de 2022 é um bom termômetro: “São Paulo lidera o ranking mundial de vacinação” (<https://bityli.com/MAtQvV>). Ao comparar o estado paulista com nações com mais de 40 milhões de habitantes em todo o mundo, São Paulo lidera com 86,83% da população com esquema vacinal completo, segundo estudo do portal Our World In Data, da Universidade de Oxford. O Governo – promovendo a interação entre as pastas e constituindo o Centro de Contingência do Estado – e, mais especificamente, a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (SES-SP), no atendimento diário à população, pautaram-se pelos princípios e diretrizes norteadores da transparência na comunicação com o cidadão e a imprensa: informando, orientando e educando diante de uma realidade que exigia novas rotinas e um novo jeito de se viver em sociedade. Princípios essenciais em um país dividido entre quem tinha consciência do momento histórico vivido e aqueles que negavam a realidade e promoviam a desinformação.

O portal SP CONTRA O NOVO CORONAVÍRUS, os boletins epidemiológicos, os canais digitais de interação com o cidadão, via redes sociais e WhatsApp, e a frequência diária das coletivas de imprensa foram ferramentas fundamentais para que a população paulista tivesse clareza sobre a gravidade do momento e as ações e decisões tomadas pela gestão pública, dos esforços na ampliação da rede de assistência hospitalar – com novos leitos de UTI, ventiladores mecânicos, hospitais de campanha e equipamentos de proteção individual (EPIs) – aos decretos de quarentena e seus parâmetros objetivos. Uma busca permanente por transparência e precisão das informações: dos números de casos confirmados e de óbitos às taxas de ocupação das UTIs e valores do Orçamento empenhados na gestão da crise sanitária.

Os mesmos sentidos de urgência e diretrizes ficaram latentes no empenho para levar ao cidadão a esperança de uma vacina eficaz contra o novo coronavírus. Uma luta contra o tempo – e a inoperância e letargia federal –, para salvar vidas e retomar as atividades cotidianas o mais perto possível da normalidade, enquanto o mundo avançava nas iniciativas de imunização.



O esforço, capitaneado pelo Instituto Butantan, deu resultado. São Paulo passou a produzir a CoronaVac, em parceria com os chineses, e, em paralelo, trabalhou para desenvolver sua própria vacina, a ButanVac. Logo após a aprovação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o governo paulista aplicou a primeira dose da CoronaVac, em 17 de janeiro de 2021, na enfermeira Mônica Calazans, de 54 anos, que trabalhava na UTI do Hospital Emílio Ribas. A primeira dose – o primeiro passo – até chegar à mais elevada taxa de imunização completa no mundo. Ainda em junho de 2020, passado o pico da primeira onda da pandemia, o Governo pôde avançar, antes de muitos estados, na Retomada Consciente, com o PLANO SÃO PAULO (<https://bityli.com/pYpFGV>). Estratégia pública, com regras claras e sob orientação do Centro de Contingência, para retomar, com segurança, as atividades econômicas. O estado, dividido em 17 Departamentos Regionais de Saúde, estabeleceu critérios em uma escala com cinco níveis de abertura econômica.

Mas foi preciso – e segue sendo – olhar a saúde pública para além da pandemia. A razão é simples: o coronavírus não paralisou, no tempo, as demais enfermidades e necessidades do cidadão paulista. Observadas as medidas de segurança contra a Covid-19, coube à SES-SP garantir o funcionamento dos serviços e demais programas, mantendo-se fiel ao seu papel de formuladora de políticas públicas, em consonância com os princípios do Sistema Único de Saúde (SUS). Como exemplos, podemos citar a demanda reprimida por exames e cirurgias eletivas, além de campanhas e ações preventivas contra doenças sexualmente transmissíveis ou de prevenção aos tipos mais comuns de câncer (como o de mama e o de colo do útero). O cuidado com doenças crônicas, como diabetes e hipertensão, também passou a ser ainda mais essencial para controle das comorbidades que tornavam o coronavírus mais letal. E, ainda, como um efeito social da pandemia, houve uma demanda crescente por atenção à saúde mental.

Relevância dos resultados apresentados

Com o avanço da vacinação em 2021, o desafio posto hoje para qualquer governo é recolocar país, estados e municípios no caminho da recuperação econômica, mitigando os efeitos causados pela pandemia, porém sem deixar de reconhecer que as variantes do vírus ainda são um perigo real. A sociedade, pela primeira vez em dois anos, pulsa nesta frequência. De acordo com pesquisa Ipspe, publicada em maio de 2022, 51% dos brasileiros não estão com medo do coronavírus, enquanto 35% sentem um pouco de medo e 14% seguem com muito medo. Três meses antes, em fevereiro, o cenário era bem diferente: 34% tinham muito medo, outros 34% tinham algum medo e 31% não temiam.

Também neste aspecto, o Governo de São Paulo tem demonstrado proatividade e tomado iniciativas para devolver ao paulista o direito a uma vida com perspectivas e esperança de um futuro melhor. Mais que simbólica, podemos ver como estratégica a comunicação que o próprio portal de combate à pandemia traz em área nobre na navegação do website. Com a mensagem “aos poucos, estamos voltando para nossas vidas”, o vídeo de caráter informativo aponta para

gr
f
X



o futuro: “E agora a gente vai fazer o que sabe de melhor. Dar a volta por cima” (<https://bitly.com/QZHSjI>). “A pandemia não acabou. Mas São Paulo está de volta, mais consciente e forte do que nunca”, diz a narração no fim do vídeo, após apresentar o alcance do Programa Bolsa do Povo e as ações do plano Pró-SP, um conjunto de 8 mil obras, que estima gerar 200 mil novos empregos, entre outras iniciativas. Hospedado no canal do Governo no YouTube, o vídeo já teve quase 1,5 milhão de visualizações.

Há um fio condutor em toda a comunicação do Governo de São Paulo desde o início da pandemia, perpassando e unindo todas as unidades da administração estadual: uma gestão que trabalha com o pé no chão, consciente, para informar, orientar e prestar serviços em prol de uma sociedade mais inclusiva. Das coletivas de imprensa nos períodos críticos da pandemia, ao vídeo que aponta para o futuro, torna-se evidente a interação, com elogiável sintonia, entre o trabalho da Secretaria de Saúde e a Unidade de Comunicação, órgão central do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (Sicom). Olhando para o futuro – o que faremos na sequência deste exercício criativo –, o desafio é apontar os melhores caminhos (estratégias e ações) para se comunicar nesse “novo normal da gestão pública”. Isto é, hora de apontar para o futuro, proporcionando ao cidadão um ambiente econômico mais favorável para voltar à sua rotina pré-Covid-19, porém sem se descuidar de informar, orientar e educar sobre os riscos do coronavírus. O desafio de olhar adiante, pelo para-brisa, sem perder o foco do retrovisor.



SUBQUESITO 2 – Plano de Ação: estratégia de relacionamento com a mídia (item 3.2.1.2. “a”)

A partir das leituras trazidas pelo Raciocínio Básico e em sintonia com as demandas expressas no edital, passamos agora a construir o plano de comunicação com o objetivo central de expor o trabalho da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo na gestão da pandemia de Covid-19 e nas demais frentes de atuação – sempre focando em informar, orientar e educar o cidadão paulista quanto a seus direitos e os riscos à sua saúde. Partimos de um valioso legado construído pelo Governo de São Paulo ao longo de toda a pandemia, numa comunicação pautada pela transparência e essencialmente eficaz nos princípios de informar e dialogar com o cidadão diante da maior crise sanitária do século. Mais de dois anos depois, chegou a hora de “dar a volta por cima”, “virar o jogo”, buscando devolver à sociedade a esperança de um futuro melhor, porém sem abrir mão dos cuidados mais que necessários para que o vírus não volte a nos colocar sob o sentimento do medo.

Além do momento exposto no Raciocínio Básico, que nos serve de insumo, partimos de algumas premissas que são essenciais e dão o tom da construção da estratégia do plano de ação. A primeira delas diz respeito à interação da SES-SP com a Unidade de Comunicação e o Sicom. No dicionário Michaelis, uma das definições de Sistema diz: “inter-relação de unidades, partes etc., responsáveis pelo funcionamento de uma estrutura organizada”. Com o recente Decreto Estadual número 66.019, de 15 de setembro de 2021, o Governo de São Paulo deu um passo altamente estratégico para mudar a forma – não só de maneira estrutural, mas também enquanto conceito – como a Comunicação tem de ser vista e executada na gestão pública. Pela medida, a antiga Secretaria de Comunicação deu lugar ao Sistema de Comunicação, integrando todas as atividades de comunicação geridas pelos órgãos e entidades da Administração direta e indireta. A mudança, como se vê, vai muito além de uma simples palavra. Incorpora, como bem define Michaelis, a ideia de inter-relação entre as unidades e partes do governo estadual, respondendo e levando ao funcionamento entrosado de uma estrutura organizada. Uma inflexão que permite ao Governo de São Paulo olhar para a comunicação como um todo, e não como partes isoladas e com agendas próprias. Um sistema tem por essência conectar partes sem perder o equilíbrio. E conexão, hoje, é a palavra-chave para se alcançar, de maneira estratégica, objetivos claros na hora de comunicar.

A segunda premissa também guarda íntima relação com a palavra “conexão”. Mas, agora, sob o olhar de dentro para fora. A escolha dos melhores caminhos (a nossa estratégia) e as ações em si precisam estar conectadas com os sentimentos que movem a sociedade. Do geral, que é comum à maioria das pessoas e regiões, aos específicos, quando nos desdobramentos por segmentos sociais e recortes de realidades regionais.

Mas de que sentimentos estamos falando? A solidão e a incerteza quanto ao futuro ficaram mais latentes entre os brasileiros nos anos de pandemia. Segundo pesquisa do Instituto Ipsos (<https://>



bityli.com/yMrnJ), o brasileiro foi o povo que mais sentiu solidão no período. O levantamento ouviu 23 mil pessoas em 28 países e concluiu que 50% dos brasileiros disseram se sentir solitários “muitas vezes”, “frequentemente” ou “sempre”. Para 52%, esse sentimento cresceu nos períodos de isolamento social. E um em cada cinco brasileiros admitiram que o período da pandemia deve impactar em sua saúde mental no futuro. No primeiro ano da pandemia de Covid-19, a prevalência global de transtorno de ansiedade e de depressão aumentou 25%, de acordo com estudo (<https://bityli.com/ZTtFVD>) divulgado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2022. O Brasil é, segundo a mesma instituição, o país com maior incidência de ansiedade no mundo.

Há, portanto, uma necessidade de acolher (e, claro, dar o suporte necessário quanto à saúde mental) e estar mais perto das pessoas. Um papel que cabe ao Estado, tanto como formulador de políticas públicas de saúde quanto na forma como se relaciona e interage com a sociedade. Há, ainda, uma demanda para mitigar o sentimento de incerteza sobre o futuro. Como vimos no Raciocínio Básico, 51% dos brasileiros não demonstram mais ter medo do coronavírus, de acordo com a pesquisa Ipespe divulgada em maio deste ano. Um sentimento que vem se consolidando nos últimos três meses e, na prática, dá vazão a outras preocupações e incômodos. Uma delas, a baixa confiança na estabilidade econômica e o efeito em suas vidas. No mesmo estudo, o Ipespe aponta que 95% dos entrevistados avaliam que a percepção de inflação e os preços dos produtos nos últimos meses “aumentaram ou aumentaram muito”. Olhando para os meses que vêm pela frente, 64% acreditam que tudo deve ficar ainda mais caro, enquanto só 10% enxergam alguma redução no futuro.

É papel do Estado, dentro de uma visão de sistema integrado de comunicação (como se tem no Governo de São Paulo), dialogar com os medos e, ao mesmo tempo, fomentar os desejos do cidadão. Como já exposto no Raciocínio, isto é algo que vem sendo feito, apontando ações e medidas governamentais para a retomada da atividade econômica, gerando mais empregos e renda em todas as regiões do estado. Enquanto os dados da pesquisa mostram que o cidadão vê a nossa economia indo “no caminho errado”, podemos depurar que, em São Paulo, há um governo trabalhando na construção do “caminho certo”.

Uma terceira premissa é pensar abordagens e ações específicas para os variados públicos de interesse que dialogam com a SES-SP e o Governo de São Paulo, lembrando que, antes de tudo, todos são cidadãos – humanos – suscetíveis a variações de tons, mais ou menos intensos, dos sentimentos que citamos há pouco. Entre os públicos, podemos destacar os jornalistas, os influenciadores digitais e de redes comunitárias (aqueles que formam opinião em bairros e comunidades) e o público interno da própria secretaria, de quem cuida da gestão aos profissionais de saúde que estão na ponta encabeçando a luta contra a pandemia. Em pesquisa (<https://bityli.com/CFVPFd>) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), 95% dos profissionais de saúde, em todo o Brasil, admitem que a pandemia mudou de um modo significativo suas vidas. Os entrevista-



dos apontaram, ainda, consequências graves e prejudiciais na saúde mental, como perturbação do sono, irritabilidade, incapacidade de relaxar, dificuldade de concentração, perda de satisfação na carreira e na vida, sensação negativa sobre o futuro e até pensamentos suicidas.

Por fim, como quarta e última premissa, devemos desenhar e executar ações capazes de ampliar o sentimento de humanização entre o poder estatal e a sociedade. Esta é a chave para construir e aprofundar vínculos de confiança e ter a anuência das pessoas para estar mais perto delas. Para fazer diferença em suas vidas.

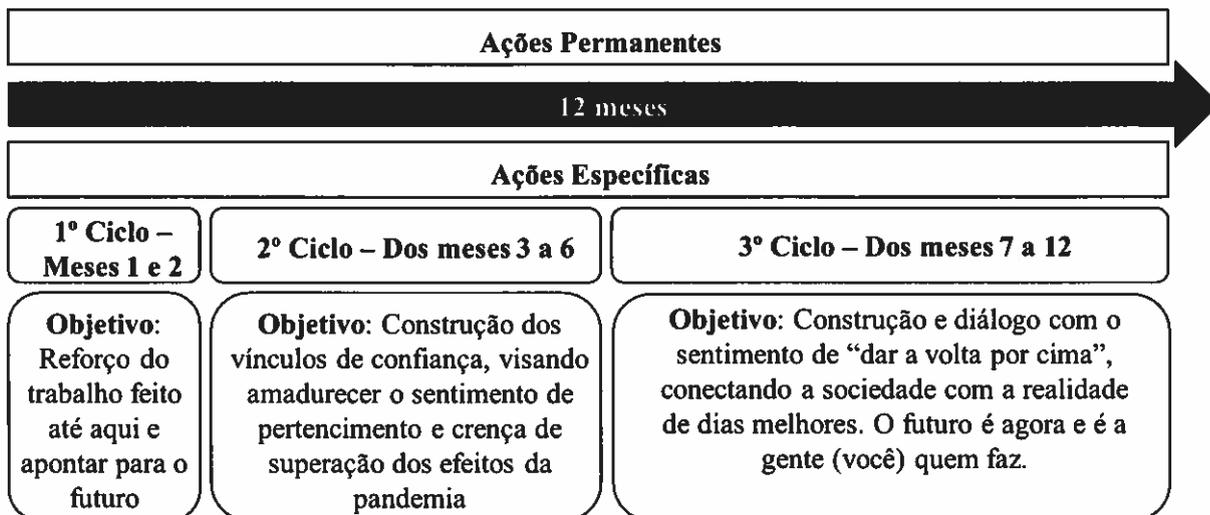
Partindo dessas premissas, e olhando também para aquilo que o Governo já vem fazendo por meio do Sicom, alcançamos o conceito da estratégia que propomos nesse plano de ação: **A Saúde e o Governo de São Paulo ao seu lado, construindo dias melhores**. Entendemos o conceito como um fio condutor que vai guiar e orientar todas as ações de comunicação e relacionamento com a mídia nos próximos 12 meses. Existem diretrizes que o permeiam: a proatividade da gestão (atitude que se espera de um governante), a preocupação e a busca por estar perto e ouvir as pessoas (conexão e acolhimento) e a demonstração concreta de não se acomodar e trabalhar para que todos tenham um futuro melhor (porta-voz da esperança).

Estabelecido aquilo que, como ideia, queremos perseguir, passamos a desdobrar a nossa estratégia em dois eixos de ação, reunindo produção de conteúdo, difusão de informação e canais de mobilização. E, por fim, iremos visualizá-la, com a definição de objetivos específicos, numa linha do tempo de curto, médio e longo prazos.

O primeiro eixo denominamos de **Ações Permanentes**, isto é, aquelas atividades cotidianas e regulares que acontecerão durante os 12 meses, sempre com foco na produção de conteúdo, na divulgação de informações e mensagens (notícias e medidas públicas sobre a gestão da pandemia e, também, sobre outras atividades da SES-SP) e mobilização de públicos específicos, como profissionais da saúde, comunicadores e lideranças comunitárias.

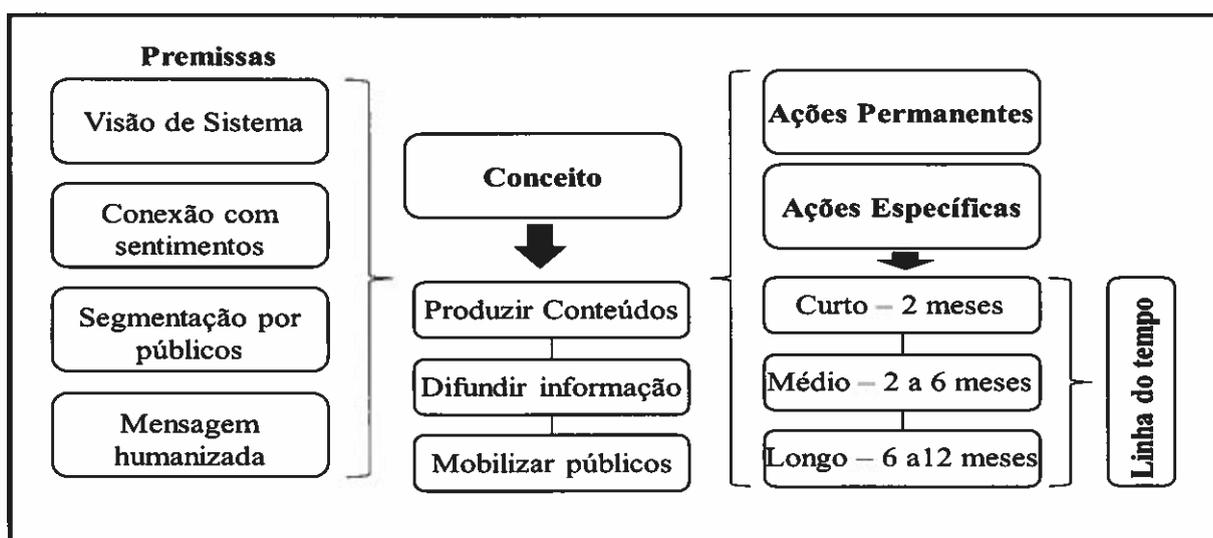
No segundo eixo encaixamos **Ações Específicas** – novamente sob a diretriz de desenvolver conteúdos, difundir mensagens e mobilizar –, que visam ampliar o nível de engajamento e acelerar a construção de vínculos de confiança com a sociedade, gerando o efeito de conexão com os diversos públicos, como destacamos nas premissas acima.

Por fim, encerrando a construção da estratégia, devemos olhar para o Plano de Ação sob a perspectiva da **Linha do Tempo**. Na linha do tempo a seguir, especificamos **três ciclos temporais**, indo do curto ao longo prazo no horizonte de um ano. Para cada período, estabelecemos objetivos específicos que vão orientar a construção e a difusão das mensagens, em fina sintonia com o conceito defendido para todo o período de trabalho.



É importante ressaltar, ainda como parte de nossa construção estratégica, que todas as ações que serão pensadas e executadas com foco no relacionamento com a mídia – sejam veículos de circulação nacional ou os regionais – podem ter desdobramento e serem replicadas por meio dos canais oficiais da Secretaria de Estado da Saúde nas redes sociais, além de também serem divulgadas pelos serviços de WhatsApp e Telegram da pasta, obedecendo, claro, a pequenos ajustes de linguagem e formato. Com isso, o material produzido, com foco no relacionamento específico com a imprensa, amplia seu potencial de despertar engajamento e, também, conversa, diretamente, com as prerrogativas de atuação e transversalidade da Unidade de Comunicação e do Sicom.

A seguir, apresentamos, em caráter ilustrativo, o **mapa estratégico**, isto é, o caminho de construção da estratégia no presente plano de comunicação:





SUBQUESITO 3 – Plano de Ação: ações a serem desenvolvidas pela contratada (item 3.2.1.2. >)

1 - Ações Permanentes

- a) **Análise de Mídia:** documento diário com avaliação da exposição institucional da SES, de suas ações e programas de prestação de serviços à sociedade e de temas de seu interesse nos veículos nacionais e regionais (jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e internet), conforme listado pelo presente edital. A Análise de Mídia cumprirá, ainda, o papel de avaliar a efetividade das ações proativas de comunicação que compõem o presente Plano de Ações.
- b) **Relatório diário de atividades:** documento para acompanhamento e apoio gerencial ao cumprimento dos objetivos propostos neste certame, descrevendo a evolução e a execução de demandas e ações do dia a dia.
- c) **Assessoria na produção e organização de conteúdo para ações no relacionamento com a mídia:** apoio na produção e organização de conteúdos e relatórios específicos que sirvam de suporte para as ações de comunicação junto à imprensa.
- d) **Assessoria de imprensa reativa:** apoio à Unidade de Comunicação e Sicom no atendimento às demandas dos veículos de imprensa, nacional e regionalmente. Para cada pedido, a equipe da contratada avaliará a pertinência e a necessidade do atendimento, irá sugerir passos e conteúdos (mensagens, notas) e acompanhará a realização de entrevistas, quando for necessário.
- e) **Assessoria de imprensa proativa:** elaboração e execução de um calendário de sugestões de pauta proativas, tendo como base a atuação da secretaria no combate à pandemia e também em demais programas e ações que divulgam e são coerentes com seu papel institucional de fomentar e cumprir políticas públicas de saúde em São Paulo. Pelo calendário, iremos segmentar produtos (notas exclusivas para colunas, artigos de opinião, releases temáticos, entrevistas exclusivas, coletivas de imprensa) e públicos da mídia, atuando com foco em veículos de circulação nacional e, também, em publicações e emissoras com alcance regional. Desta maneira, cumprimos o papel de multiplicar (sempre com sensibilidade às realidades locais) e dar capilaridade às mensagens.
- f) **Elaboração de briefings para porta-vozes:** preparação de documentos com mensagens e dados que servirão de apoio na interação com a mídia.
- g) **Elaboração e atualização de mailing list:** preparação de listas com contatos de jornalistas, de acordo com o foco e objetivo de cada divulgação da secretaria.
- h) **Atualização de mensagens-chave da secretaria:** revisão mensal das mensagens-chave – argumentos e dados – que serão trabalhadas pelos porta-vozes da SES-SP.



2 - Ações Específicas

1º Ciclo – 1º e 2º meses

Mapa de Mensagens-chave: elaboração de documento reunindo e uniformizando o histórico de mensagens e dados prioritários na interação com a mídia, subdividindo-se na gestão da pandemia e demais programas e ações da secretaria.

- a) **Mapa de Fontes:** preparação de um mapeamento, a partir daquilo que é veiculado na mídia, de formadores de opinião que historicamente ou de maneira pontual avaliam publicamente a atuação e os programas da SES-SP.
- b) **Banco de pautas:** elaboração de documento consolidando pautas em potencial mapeadas nas diversas áreas de atuação da secretaria, bem como personagens que possam ser sugeridos em pautas proativas.
- c) **Ciclo de media trainings com porta-vozes:** após a construção do banco de mensagens, é preciso executar um ciclo de treinamento dos porta-vozes que costumam interagir com jornalistas em todo o estado. Em sessões de até 8 horas, o curso prevê a exposição de conceitos técnicos e teóricos, e realização de simulações de entrevistas, seja para veículos impressos ou eletrônicos.
- d) **Diagnóstico de Sentimentos no Estado:** a partir da ativação de contatos de redes comunitárias e de formadores de opinião, será elaborado um documento com a percepção e sentimentos da população, por regiões pré-estabelecidas, sobre a saúde pública no Estado e programas perenes executados pela SES-SP.
- e) **Diagnóstico de Sentimentos dos Profissionais da Saúde:** a partir de uma série de entrevistas com amostra representativa, será produzido um relatório mapeando a percepção de médicos, enfermeiros e outros profissionais sobre os efeitos da pandemia e relação com a Secretaria de Saúde e demais programas e ações públicas da pasta.

2º Ciclo – do 3º ao 6º mês

Manual de Prevenção e Gestão de Crise de Imagem: elaboração de documento estabelecendo rotinas e protocolos, dentro da Secretaria de Saúde e na sua interação com o Sicom, para tomar decisões e atuar em situações de crise.

- a) **Ciclo de media trainings para Gestão de Crise de Imagem:** a partir deste documento, realizaremos uma rodada de treinamentos com foco específico em situações de crise.
- b) **Media Audit:** sondagem qualitativa realizada junto a jornalistas e demais formadores de



- opinião, na capital e nas diversas regiões do Estado, sobre a imagem da secretaria, a gestão durante a pandemia e demais programas e ações de saúde pública.
- c) **Mobilização de Redes Comunitárias:** ação mobilizadora que visa multiplicar as mensagens da secretaria junto a um mailing qualificado de pessoas que lideram e influenciam a formação de opinião regionalmente – seja em bairros, comunidades ou pequenos municípios.
 - d) **Ativação de conteúdo próprio em emissoras de rádio comerciais e comunitárias:** intervenção de equipe própria de jornalistas da contratada durante a programação das emissoras, na capital e no interior, levando boletins informativos e sonoras previamente editadas com mensagens pertinentes às ações da secretaria em todo o estado.
 - e) **Agendas de relacionamento com veículos de circulação nacional:** elaboração e execução de cronograma de encontros com repórteres, editores, colunistas e diretores de redação.
 - f) **Agendas de relacionamento com veículos regionais:** elaboração e execução de cronograma de encontros com repórteres, editores, colunistas e diretores de redação.
 - g) **Prêmio de Jornalismo Saúde de São Paulo:** proposta, integrada ao papel transversal do Sicom, de criar uma premiação para reportagens, nas categorias impresso, rádio, televisão e internet, que abordem a gestão da pandemia e a superação de seus efeitos na vida dos paulistas. Como ação, o Prêmio permitirá criar fato de interesse para divulgação nos veículos de comunicação.
 - h) **“Vamos conversar?”:** proposta, integrada ao papel transversal do Sicom, de produção de cartilha e iniciativas de diálogo com os profissionais da saúde, visando estreitar laços, construir vínculo de confiança e pontes para abordar e tratar temas de saúde mental. Além de ser uma ação direta de comunicação interna, o cuidado da SES-SP com seus profissionais é ativo para divulgação para a mídia em todo o Estado.
 - i) **Heróis da Saúde:** proposta, integrada ao papel transversal do Sicom, de lançar um concurso de artes plásticas, em escultura e intervenção urbana, para se criar um espaço de reconhecimento aos heróis da saúde, homenageando aqueles que deram suas vidas durante as fases agudas da pandemia, e valorizando todos que seguem trabalhando, incansavelmente, no atendimento à população.
 - j) **Histórias que inspiram:** mapeamento de personagens para contarmos suas histórias, servindo de inspiração para construir o sentimento de “dar a volta por cima” e “esperança e perspectiva de dias melhores”. A ideia é identificar pessoas que aceitem contar suas histórias e digam como reconstruíram suas vidas depois de sofrer os efeitos da pandemia.



- k) **Outubro Rosa e Novembro Azul – Histórias de Superação:** na mesma linha do item anterior, o objetivo é contar a história, sempre com caráter de humanização, de mulheres e homens que superaram o câncer de mama e de próstata, respectivamente, mesmo durante o período da pandemia.

3º Ciclo – do 7º ao 12º mês

Algumas ações, a partir do segundo ciclo, também ganham caráter quase permanente e se repetem no terceiro ciclo. São elas: mobilização de redes comunitárias, ativação de conteúdo em rádios comerciais e comunitárias, agendas de relacionamento com veículos nacionais e regionais, e atualizações sobre ideias apresentadas como iniciativas com potencial de ganho midiático, como o Prêmio de Jornalismo Saúde em São Paulo, o Heróis da Saúde e o Histórias que inspiram.

- **Segundo ciclo de media trainings com porta-vozes:** realização de nova rodada de treinamento com porta-vozes, com o objetivo específico de exercitar a atualização das mensagens-chave ao longo do tempo.
- **Concurso “Meu futuro depois da pandemia”:** proposta, integrada ao papel transversal do Sicom, que visa executar uma ação com potencial de despertar o interesse da imprensa. A ideia é, em parceria com a Secretaria de Educação, lançar um concurso de desenho e textos livres nas escolas públicas do Estado de São Paulo. A iniciativa serviria como chamariz para difundir e distribuir, aos estudantes, uma cartilha com informações e joguinhos, como palavra-cruzadas ou caça-palavras, com os cuidados ainda necessários de prevenção ao vírus. Ao mesmo tempo, a temática escolhida cumpre o papel de apontar para o futuro e despertar o sentimento de esperança nas famílias.
- **Caravana “Você com Saúde”:** proposta, integrada ao papel transversal do Sicom, que visa executar uma ação com potencial de despertar o interesse da imprensa, nacional e regionalmente. A ideia é organizar e divulgar o calendário de uma caravana, levando para a praça pública, em bairros, comunidades e municípios do interior, serviços preventivos de atendimento à saúde (como prevenção a doenças crônicas como diabetes, hipertensão, entre outros) e campanhas informativas sobre outros programas executados pela SES-SP, como prevenção a doenças sexualmente transmissíveis, como HIV e HPV, combate ao tabagismo, e demais ações.



SUBQUESITO 4 - Plano de Ação: Materiais a serem produzidos (item 3.2.1.2. “c”)

A seguir, passaremos a listar os materiais que serão produzidos e usados pela Secretaria de Saúde – integrada à Unidade de Comunicação do Sicom – tanto para suporte às atividades internas, quanto nas ações de interação com os veículos de comunicação, nacionais e regionais, e comunicação interna.

- a) **Análise de Mídia:** documento diário com avaliação da exposição institucional da SES-SP, de suas ações e programas de prestação de serviços à sociedade e de temas de seu interesse nos veículos nacionais e regionais (jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e internet), conforme listado pelo presente edital. A Análise de Mídia cumprirá ainda o papel de avaliar a efetividade das ações proativas de comunicação que compõem o presente Plano de Ações.
- b) **Relatório diário de atividades de relacionamento com a imprensa:** documento para acompanhamento e apoio gerencial ao cumprimento dos objetivos propostos neste certame, descrevendo a evolução e a execução de demandas e ações do dia a dia.
- c) **Relatório mensal de atividades gerais:** documento, consolidado mensalmente, com o descritivo e avaliação das ações executadas no período, confrontando seus resultados ao planejamento estratégico desenhado e às prerrogativas estabelecidas pelo edital.
- d) **Conteúdos produzidos:** como parte integrante do relatório de atividades, serão entregues a íntegra de notas, artigos, releases, cartas, apresentações para coletivas, relatórios temáticos, briefings para porta-vozes ou outros documentos preparados com o objetivo de promover o relacionamento com a imprensa, público interno e outros públicos de interesse.
- e) **Relatório analítico de sessões de media training:** documento produzido após as sessões de treinamento e que apresentam, apenas para consumo interno dos gestores de comunicação e do próprio porta-voz, uma avaliação de seu desempenho tanto na comunicação verbal quanto em relação a atributos da comunicação não-verbal.
- f) **Mapa de Mensagens-chave:** documento consolidando as mensagens-chave norteadoras do discurso da SES-SP, bem como suas atualizações mensais, de acordo com a atuação institucional da secretaria, o trabalho no combate à pandemia de Covid-19 e demais programas estruturantes das políticas públicas fomentadas e executadas pela pasta em todo o território paulista.
- g) **Diagnóstico de Sentimentos:** documento consolidado, com texto analítico de abertura e detalhamento por região, após ativação de contatos com redes comunitárias e de formadores de opinião em regiões pré-estabelecidas do estado.



- h) Media Audit:** relatório que consolida a sondagem qualitativa realizada junto a jornalistas e demais formadores de opinião, na capital e nas diversas regiões do interior do estado, sobre a imagem da secretaria, a gestão durante a pandemia e demais programas e ações de saúde pública.

- i) Mailings Lists:** entrega regular de todos os mailings com contatos de jornalistas e demais formadores de opinião da mídia nacional e regional, produzidos sob medida para cada ação de divulgação de projetos e atualizações da atuação institucional da Secretaria de Estado da Saúde.



SUBQUESITO 5 - Oportunidade de Mídia Positiva (item 3.2.1.3.)

1. Exemplo para o país e para o mundo: a SES-SP, de forma integrada com os diversos órgãos do Governo de São Paulo, demonstrou rápida capacidade de reação aos diversos desafios enfrentados durante a pandemia de Covid-19. Ciência, visão humanística e a consciência do papel do Estado, com muita transparência e participação social, permitiram que São Paulo conseguisse passar de forma mais rápida e menos traumática pelas crises que se espalharam no país. Lotação de UTIs e dificuldade para realização de testagem e diagnóstico do grande volume de pessoas doentes foram alguns dos obstáculos superados pela secretaria sem repercussões negativas de maior monta. Em paralelo, a vacinação foi colocada no centro das ações de médio e longo prazo para mitigar esses desafios, com grande investimento na criação e produção de uma vacina, e culminando no sucesso do processo de vacinação, que alcançou taxas de ciclo vacinal completo e doses de reforço superiores às de países desenvolvidos.

A importância desses resultados, a história que os envolveu e o esforço das pessoas envolvidas (desde a cúpula do governo estadual até as unidades de Saúde) são exemplos que devem ser compartilhados com o país e o mundo. Para isso, algumas iniciativas podem ser desenvolvidas de forma articulada e crescente. O primeiro passo é a criação de um site – preferencialmente trilingue (português, inglês e espanhol) –, podendo conter: uma apresentação que consolide as conquistas da secretaria no combate à pandemia (altos índices de vacinação, baixa ocupação de leitos, etc.); uma linha do tempo que registre as principais decisões e datas simbólicas, como o dia 17 de janeiro de 2021, quando foi aplicada a primeira dose, por exemplo; histórias de personagens simbólicos, como a da enfermeira Mônica Calazans; histórias de pessoas que enfrentaram a doença e se recuperaram; e a criação da Galeria Heróis da Saúde, onde os próprios profissionais de saúde do estado enviam suas fotos e dados de atuação (onde e quando, principalmente). Ao mesmo tempo, fazer o lançamento de dois concursos: um de artigos científicos tendo por tema “A Covid-19 no Estado de São Paulo – Ações e Decisões que deram suporte para o sucesso no enfrentamento da pandemia”; e outro voltado a profissionais da imprensa, com o tema “Salvando Vidas – Heróis no combate à pandemia em São Paulo”, reconhecendo o papel de profissionais da Saúde. Os artigos e matérias selecionadas, além de serem incorporados ao site, serão editados em um livro (também trilingue), que vai reunir conhecimento técnico-científico e histórias de luta e superação, e pode ser utilizado em ações de relações públicas internacionais do governo estadual. Todas essas ações ainda permitem, em cada passo de seus cronogramas de execução, a realização de ações de assessoria de imprensa e de mobilização em redes sociais.

2. Nada fica para trás: uma das principais consequências da pandemia já identificadas foi o represamento de diversas demandas de saúde que não são consideradas emergenciais, mas são essenciais para a melhor qualidade de vida de cada cidadão. Foram milhares de procedimentos, inclusive cirúrgicos, que não puderam ser atendidos pelos serviços de Saúde para evitar o risco das pessoas contraírem Covid-19 dentro das unidades e hospitais. O arrefecimento da pande-



mia, com ações especiais, abre espaço para fortalecer a comunicação dos serviços ofertados pelo SUS em São Paulo. Tanto esforços concentrados, como mutirão de operações, por exemplo, a retomada de atendimentos ambulatoriais e a realização de exames são momentos importantes de relacionamento com a imprensa e que reforçam a imagem da secretaria. Também cabem balanços de iniciativas criadas para enfrentar a pandemia, como o Programa Bolsa do Povo – Acolhe Saúde, apontando o caminho que terão no pós-pandemia. Além disso, as ações de reforço do atendimento no SUS também devem ser trabalhadas. O Programas “Mais Santas Casas” – que ampliou recursos de custeio e incluiu quase 200 novas unidades –, é um exemplo que pode ter mais espaço na imprensa, a partir da divulgação de um balanço dos repasses suplementares e com exemplos de Santas Casas e hospitais filantrópicos que conseguiram qualificar suas atividades a partir deles.

3. Disputa de narrativas: na pandemia de Covid-19, o negacionismo e a desinformação, com contornos políticos, ganharam força em diversos setores da sociedade. Os atuais estudos de comunicação apontam que enfrentar as fake news tem que ir além da checagem, pois muitas pessoas têm dificuldade de reconhecer erros de julgamento ou se assumir ignorantes frente a um assunto. E muito menos se considerarem manipuladas, como é intrínseco ao discurso das agências de checagem. O fato de a Secretaria de Saúde, por sua vez, ter em seus quadros e em suas parcerias, profissionais técnicos reconhecidos nacional e internacionalmente, gera oportunidade para fazer o enfrentamento à desinformação de forma indireta, sem precisar responder diretamente a uma fake news específica. Esse caminho pode se consolidar como uma série de conteúdos para site, releases para imprensa e redes sociais, trazendo especialistas para falar sobre diversos temas de forma positiva, destacando os resultados históricos da vacinação sobre diversas doenças, os serviços diversos do SUS, como o próprio SAMU, a articulação federativa e papéis de estados e municípios, inclusive orçamentárias, entre outras.

[Handwritten signatures in blue and red ink]



SUBQUESITO 6 – Identificação dos Riscos à Imagem (item 3.2.1.4.)

1. Decisões emergenciais têm riscos: a urgência de respostas para enfrentar a pandemia obrigou a tomada de decisões arriscadas na Gestão Pública, mas necessárias, como ritos sumários para aquisições e contratações, por exemplo. Suspeitas de fraudes em contratos, problemas de fiscalização, uso indevido de veículos oficiais e abuso de autoridade são questões que surgiram em diversos entes públicos do país.

Em junho de 2020, a Secretaria de Saúde enfrentou a denúncia de ter pago R\$ 63,6 milhões a mais por aventais e hastes plásticas em comparação com 2019, com aumento nos valores que variava entre 495% e 3.361,53%. As compras não passaram por licitação, uma vez que foram feitas em caráter emergencial, em razão da pandemia.

Já em outubro de 2021, em audiência na CPI da Prevent Senior na Câmara dos Vereadores da capital paulista, o coordenador da Vigilância Sanitária da prefeitura afirmou ter enviado ofício à Secretaria Estadual de Saúde pedindo a intervenção em três hospitais da operadora de plano de saúde. E, segundo ele, não houve nenhum retorno da secretaria.

Essas duas situações exemplificam os riscos que a gestão pública teve no período. Em ambas as situações, não foi identificada resposta da secretaria nas primeiras divulgações, apenas surgindo em matérias posteriores. Esse tempo para a resposta precisa ser ágil, a fim de mitigar o risco de imagem e fortalecer a imagem de gestão pública eficiente.

No caso da denúncia de 2020, uma primeira resposta recebendo a denúncia, agradecendo o papel do Legislativo e da imprensa na identificação do problema, e informando que o ele seria verificado para que a secretaria pudesse ter uma posição mais assertiva e promover a correção, se necessário, já seria suficiente para mitigar o impacto negativo inicial.

Já no caso da Prevent Senior, posição oficial informando que a inspeção havia sido feita em 28 de março de 2020, e que não foram identificados problemas que levassem à interdição, demorou para ser integrada às matérias. E ainda veio com o viés político mais forte, vinculando à imagem do governador. Nesta situação, era importante ter um primeiro posicionamento afirmando que a secretaria estava apurando os fatos e que seria dada publicidade após isso.

2. A pandemia acabou?: em todo o mundo, ainda persistem dúvidas – a pandemia acabou? A doença pode voltar a ter formas graves? Serão necessárias aplicações continuadas de vacinas, como ocorre com a gripe, para combater novas variantes? Se sim, será possível ter recursos e estrutura para atender a toda a população de forma periódica? E como atender as demais necessidades de saúde frente a este cenário?

A insegurança da população frente à volatilidade da pandemia é um risco de gestão – e consequentemente de imagem – que incorre a toda a gestão pública. O Plano SP foi um importante instrumento para mitigar esse risco. Mas, lançado em 2020, ele foi praticamente esquecido um ano depois, sendo a última atualização de balanço de 07/07/2021.



Ainda não se sabe quais as possibilidades de outras ondas de casos com novas variantes. E seria importante ter continuidade do discurso de retomada nesse contexto atual recheado de dúvidas. Ele permitiria dar maior visibilidade ao atendimento à demanda reprimida por exames e cirurgias eletivas e à retomada de campanhas e ações preventivas, além de novas preocupações como controle das comorbidades que tornam a Covid-19 mais letal e a maior atenção à saúde mental.

3. As vacinas e a Anvisa: a CoronaVac é uma vacina que está sendo aplicada e foi aprovada de forma emergencial pela Anvisa, sem cumprir o rito completo. Além disso, não foi aprovada para uso nas crianças. E a ButanVac anda em passos mais lentos do que o esperado inicialmente.

Todas essas questões permitiram uma politização excessiva, que impactou na sua credibilidade. Ao ponto de um estudo importante como o realizado em Serrana, que mostra queda de 95% nas mortes e 80% nos casos após a vacinação com a CoronaVac, não ter repercussão na imprensa nacional.

A mitigação desse risco demanda uma estratégia continuada de relacionamento com a imprensa, dando transparência estratégica ao processo de elaboração da CoronaVac desde o início da fabricação e mostrando a importância dela para chegar à tecnologia 100% nacional da ButanVac.



PROPOSTA TÉCNICA

QUESITO

2

ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM
DO CONTEÚDO PUBLICADO
E/OU VEICULADO EM JORNAIS
E EMISSORAS DE TELEVISÃO

QUESITO 2

Análise Diária de Imagem (Auditoria do conteúdo publicado e/ou veiculado em veículos de comunicação – jornais, revistas, televisão, rádio, internet e emissoras de televisão)

DIA 01/10/2021 (sexta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	0		
	1	100%	0%
	0		
TOTAL	2	100%	0%

Estadão destaca o início da campanha de multivacinação, nesta sexta-feira (1º/10), com foco na atualização da carteira de imunização de crianças e adolescentes de até 15 anos. Texto explica que adolescentes de 12 a 15 anos não precisarão intercalar as vacinas contra Covid-19 com as ofertadas na campanha, que vai até 29/10 e tem o “Dia V” no dia 16/10. Texto repercutiu em veículos nacionais, como UOL, Terra e IstoÉ, e regionais e locais, como Jornal de Piracicaba e Diário do Grande ABC.

No **Correio Popular (Campinas)**, matéria apresenta dados da cobertura vacinal e explica que vem sendo identificada pela Secretaria de Saúde uma baixa adesão às vacinas de rotina, principalmente porque as pessoas acreditam que as doenças relacionadas a elas foram controladas. E também é citado o impacto em 2020 por conta da pandemia da Covid-19.

Já o “Dia V” de vacinação contra a Covid-19, que será realizado pelo governo estadual neste sábado (02/10) e quer alcançar 4,3 milhões de pessoas que não receberam a segunda dose (inclusive as que podem ser tomadas por conta da antecipação do prazo da Pfizer), foi destaque no **Jornal Hoje, da TV Globo**, em matéria que trata da redução da aplicação de doses da vacina em todo o país, no **Expresso CNN, da CNN Brasil**, e no **Guarulhos Hoje**.

Na **Rádio Nova Brasil FM**, o destaque é para a informação que a prefeitura da capital vai seguir o cronograma do governo de SP e inicia na segunda-feira (04/10) a aplicação da dose de reforço da vacina contra a Covid-19 em profissionais de saúde.

E o **Cruzeiro do Sul Online (Sorocaba)** registra que a prefeitura começa na segunda-feira (4/10) a aplicar a 3ª dose da Coronavac em pessoas idosas que receberam a segunda dose até 7 de abril.

Pontos positivos

- A realização da campanha de multivacinação demonstra a preocupação continuada da Secretaria de Saúde com a população, mesmo ainda enfrentando grandes desafios com a Covid-19.
- O mesmo ganho de imagem se aplica ao “Dia V” neste sábado e as ações paralelas junto aos profissionais de saúde e pessoas idosas.

Riscos à imagem

Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se manter a divulgação da campanha de multivacinação, reforçando a mensagem sobre o enfrentamento à redução da imunização de crianças e adolescentes nos últimos anos, com a disponibilização de fontes técnicas, como a médica da Divisão de Imunização da Secretaria de Estado da Saúde, Helena Sato, na matéria do Correio Popular.
- Também é importante reforçar a campanha em redes sociais, trazendo as informações, preferencialmente, por meio de vídeos com profissionais atuantes em postos de saúde.
- Outra iniciativa que pode ser avaliada é identificar, por meio das agências de checagem, as principais fake news que circulam nas redes sociais sobre o tema. A Secretaria de Saúde pode gerar respostas oficiais (notas) sobre cada uma delas, que podem ser divulgadas como release à Imprensa, em notícias no site e outros veículos do órgão e em posts em redes sociais. É importante criar uma estratégia continuada, com uma comunicação unificada.
- Também é importante que sejam mantidas as divulgações diárias das ações contra a Covid-19 por meio das coletivas, bem como com matérias no site do órgão.

DIA 02/10/2021 (sábado)

Tipo	Quant	+	-
	2	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	4	100%	0%
TOTAL	7	100%	0%

Todas as matérias identificadas destacaram o “Dia V” de vacinação contra a Covid-19, realizado pelo governo estadual neste sábado (02/10) para alcançar 4,3 milhões de pessoas que não receberam a segunda dose (inclusive as que podem ser tomadas por conta da antecipação do prazo da Pfizer), como no jornal **Agora**.

O **Jornal Nacional, da TV Globo**, apresentou a realização do “Dia V” a partir de dados nacionais sobre pessoas que estão com a segunda dose em atraso em todo o país.

O **SP1, da TV Globo**, acompanhou a manhã em postos de saúde da capital paulista, enquanto o **Tem Notícias 1ª Edição, também da TV Globo**, acompanhou em postos de Sorocaba.

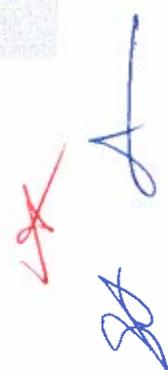
Já o **Repórter Diário (Santo André)**, trouxe os resultados parciais da campanha, com 343 mil novos registros de segunda dose contabilizados no Vacivida até as 17h.

Pontos positivos

- A realização do “Dia V” reforça a preocupação da Secretaria de Saúde com a população para completar o ciclo vacinal contra a Covid-19, com a disponibilização de postos de saúde em todo o estado.

Riscos à imagem

- Apesar de não haver nada específico nas matérias veiculadas que gerem riscos, as imagens dos postos de saúde com baixo movimento em emissoras de TV e o próprio resultado parcial indicam que o resultado pode ser aquém do esperado pela Secretaria.





Ações de assessoria recomendadas

- Esse resultado aquém do esperado com o “Dia V” pode gerar críticas sobre falta de comunicação ampla e denúncias sobre postos que não funcionaram, principalmente em municípios onde é menor a cobertura vacinal.
- É importante deixar preparado posicionamento oficial da Secretaria (nota) caso surjam reclamações e denúncias neste sentido, inclusive nas redes sociais.

X
J
JG

DIA 03/10/2021 (domingo)

Tipo	Quant	+	-
	6	0%	100%
	2	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	8	25%	75%

Os resultados do “Dia V” de sábado foram destaque nos sites **G1**, em **O Globo**, na **Veja SP** e na **TV Cultura**, mas trazendo como destaque o viés negativo de que apenas 8% das 4,3 milhões de pessoas que estavam no público-alvo receberam a segunda dose da vacina contra a Covid-19. Todas deram destaque ao argumento da Secretaria de Saúde, em nota, de que a maior parte de quem está com a imunização em atraso pode ter se confundido ainda com o encurtamento de prazo da vacina da Pfizer.

Já a **Folha da Cidade (Araraquara)** repercute o início da campanha de multivacinação, na sexta-feira (1º/10), com foco na atualização da carteira de imunização de crianças e adolescentes de até 15 anos. Texto explica que adolescentes de 12 a 15 anos não precisarão intercalar as vacinas contra Covid-19 com as ofertadas na campanha, que vai até 29/10 e tem o “Dia V” no dia 16/10.

Pontos positivos

- A realização da campanha de multivacinação demonstra a preocupação continuada da Secretaria de Saúde com a população, mesmo ainda enfrentando grandes desafios com a Covid-19.

Riscos à imagem

- O resultado aquém do esperado com o “Dia V” pode gerar críticas sobre a ineficácia da iniciativa, podendo gerar, inclusive, dúvidas sobre o “Dia V” da campanha de multivacinação em 16 de outubro.



Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se reforçar as ações de comunicação da campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de Imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP e nas redes sociais.
- Importante também realizar a divulgação do calendário de vacinação contra a Covid-19, destacando quem ainda precisa tomar as segunda e terceiras doses.



DIA 04/10/2021 (segunda-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	3	33%	67%
	2	0%	100%
	1	100%	0%
TOTAL	9	56%	44%

Matérias na **Folha de S.Paulo** e no **Agora** reduzem um pouco mais os resultados do “Dia V” de sábado ao computar apenas as 265 mil vacinas efetivamente aplicadas (6%) – 78 mil foram atualizações de registros em sistema. Textos trazem fala da coordenadora geral do Plano Estadual de Imunização, Regiane de Paula, destacando a importância dessas ações especiais para “seguirmos avançando na campanha” e reforçando o anúncio do novo “Dia V” em 16 de outubro.

Matéria do **G1** sobre retorno de 100% das consultas presenciais em UBSs e AMAs na capital paulista recupera informações sobre o “Dia V” de sábado, mas agora sem viés crítico. As rádios **BandNews FM** e **9 de Julho AM** também apenas informaram os resultados parciais que já vinham sendo divulgados.

O **Jornal Hoje, da TV Globo**, em matéria sobre os números da Covid-19 em todo o país, destaca positivamente que São Paulo é o segundo estado com maior % de pessoas com as duas doses (ou dose única). O **DCI**, por sua vez, traz o calendário de vacinação da Covid-19 para a semana de 5 a 11 de outubro, com as informações de 1ª a 3ª dose.

Já o jornal **Cruzeiro do Sul (Sorocaba)** anuncia que a Secretaria de Saúde está com inscrições abertas, até 8 de outubro, para o Programa Bolsa do Povo – Acolhe Saúde, que oferta 3,8 mil bolsas para estudantes de baixa renda se formarem em cursos técnicos, tecnólogos e de graduação das áreas de Ciências da Saúde e Biológicas.



Pontos positivos

- Posicionamento de fontes da Secretaria defendendo a manutenção de estratégias como o “Dia V” reforçam a importância da iniciativa, mesmo que os resultados não tenham sido os esperados.
- O fato do estado de São Paulo ser o segundo maior em % de pessoas com o ciclo vacinal completo também é importante para demonstrar o sucesso das diversas ações da Secretaria de Saúde.
- As inscrições abertas para o Programa Bolsa do Povo – Acolhe Saúde salientam a preocupação da gestão estadual em investir na ciência ao mesmo tempo em que promove inclusão social.

Riscos à imagem

- A separação dos resultados do “Dia V” entre vacinas aplicadas e registros em sistema – com uma diferença na apresentação deles pelos veículos (8% no G1 em dia anterior e 6% na Folha hoje) podem gerar menor credibilidade aos dados divulgados pela Secretaria de Saúde.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se ampliar a divulgação das inscrições para o Programa Bolsa do Povo – Acolhe Saúde, trazendo um passo a passo para a pessoa se inscrever e destacando o caráter inovador de investir na formação científica, com inclusão social e ampliando o atendimento em hospitais, AMEs, centros especializados e DRS.
- Além da distribuição de release e publicação no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP, é sugerida a gravação de áudio com técnico do governo explicando como deve ser feita a inscrição, como é a seleção e como as pessoas vão atuar – e o que se espera delas – nos serviços de saúde. Esse áudio pode ser distribuído às rádios do interior junto com o release, para que elas possam editar como uma entrevista, por exemplo.
- Retoma-se a indicação de reforçar as ações de comunicação da campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de Imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP e nas redes sociais.
- Também segue sendo importante realizar a divulgação continuada do calendário de vacinação contra a Covid-19, destacando quem ainda precisa tomar as segunda e terceiras doses.

Handwritten signature in blue ink with a red 'X' mark.

DIA 05/10/2021 (terça-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	3	100%	0%
	2	100%	0%
	3	67%	33%
TOTAL	11	91%	9%

Matérias nos sites do **G1**, da **TV Cultura** e do **Diário de Suzano**, na **Gazeta de S.Paulo** e no **Tem Notícias 2ª Edição**, da **TV Globo Sorocaba**, repercutem ainda a quantidade de pessoas que precisam completar o ciclo vacinal contra a Covid-19 após o “Dia V”.

Já no jornal **Diário (Tupã)** o destaque é o início da aplicação da dose de reforço contra a Covid-19 para profissionais de saúde e pessoas idosas, também destacando os resultados do “Dia V” e já informando o próximo em 16 de outubro.

O **Jornal Hoje**, da **TV Globo**, e a **Rádio CBN FM**, por sua vez, ressaltaram que São Paulo é o estado com maior percentual de pessoas que já tomaram a segunda dose ou dose única (59%). A rádio também traz matéria com balanço dos “faltosos” após o “Dia V”.

Pontos positivos

- O fato do estado de São Paulo ser agora o primeiro em % de pessoas com o ciclo vacinal completo é importante para demonstrar o sucesso das diversas ações da Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Mantém-se a indicação de reforçar as ações de comunicação da campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de Imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP e nas redes sociais.



DIA 06/10/2021 (quarta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	8	100%	0%
	5	100%	0%
	3	100%	0%
	0		
TOTAL	16	100%	0%

Matérias nos sites da **TV Cultura**, do **Diário de Suzano** e do **Guarulhos Hoje** destacam que, em coletiva, o governador João Doria anunciou que o estado teve recorde de aplicação da dose de reforço das vacinas contra a Covid-19 em um único dia: 122 mil.

O **UOL** registrou que mais de 70% das cidades paulistas (467) não registraram morte por Covid-19 na última semana. E ainda ressaltou que 60% da população do estado já completou o esquema vacinal. Esse dado do esquema vacinal completo também foi destaque na **Exame.com**, comparando com os resultados nos EUA, que está em 56%, e na **Rádio BandNews FM**.

No **G1**, a matéria traz que o Comitê Científico que auxilia o governo de São Paulo defendeu nesta não ser o momento para liberar a obrigatoriedade do uso de máscaras em locais públicos. Já na **Rádio Bandeirantes AM**, entrevista de quase 12 min do secretário Jean Gorinchteyn traz, entre outras coisas, que a orientação do Comitê Científico será debatida pelo governo estadual em reunião no dia 18 de outubro.

Já **O Diário (Barretos)**, **O Dia (São Paulo)**, **Folha Metropolitana (Guarulhos)** e **Jornal da Manhã (Marília)** e a **Rádio Azul Celeste AM (Americana)** repercutem ainda a quantidade de pessoas que precisam completar o ciclo vacinal contra a Covid-19, com dados regionalizados.

Na **Folha de Itapetininga**, o destaque é o início da aplicação da dose de reforço contra a Covid-19 para profissionais de saúde e pessoas idosas, também destacando os resultados do “Dia V” e já informando o próximo em 16 de outubro.





Pontos positivos

- O fato do estado de São Paulo ser agora o primeiro, com mais de 60% de pessoas com o ciclo vacinal completo, é importante para demonstrar o sucesso das diversas ações da Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- A liberação do uso de máscaras protetoras, apesar de ter um viés positivo que denota o arrefecimento da pandemia, pode gerar insatisfação em parcelas da sociedade, caso não ocorra.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se distribuir release com entrevistas de representantes do Comitê Científico e do secretário de Saúde promovendo a troca de ideias e desenhando patamares mínimos para que possa ser efetivamente desobrigado o uso de máscaras protetoras contra a Covid-19 – mesmo que ainda não estejam definidos pelo governo paulista -, bem como sobre as possíveis estratégias de liberação escalonada.
- É importante, também, definir fonte na Secretaria de Saúde que possa dar entrevistas para rádios e TVs sobre o assunto.

DIA 07/10/2021 (quinta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	3	100%	0%
	4	100%	0%
	4	100%	0%
TOTAL	14	100%	0%

A **Veja** registrou que mais de 70% das cidades paulistas (467) não registraram morte por Covid-19 na última semana, com aspas do secretário Jean Gorinchteyn. E ainda ressaltou que 60% da população do estado já completou o esquema vacinal. Os dados também foram ressaltados em matérias no **Jornal Hoje**, da **TV Globo**, na **Rádio Cultura FM** e na **Rádio Azul Celeste AM (Americana)**.

No **DHoje Interior (São José do Rio Preto)**, matéria conta que, para celebrar o recorde diário de 122 mil doses de reforço aplicadas, a enfermeira Monica Calazans e o secretário de Saúde receberam a terceira dose em ato simbólico no Palácio dos Bandeirantes. A **Rádio Brasil AM (Campinas)** informou que foi divulgado um novo calendário para as doses de reforço.

No blog **Corrida para Todos, no Estadão**, destaque para resolução do Comitê Científico de Saúde para a retomada gradativa e segura das atividades econômicas, inclusive os eventos esportivos. Entre eles, as corridas de rua. Texto afirma que as primeiras corridas (Ghostbuster: Mais Além Run, no Parque Villa Lobos, e o Circuito das Estações, no estádio do Pacaembu) estão marcadas para 7 de novembro.

No **Diário de Santa Bárbara (Santa Bárbara D'Oeste)**, a matéria traz que o Comitê Científico que auxilia o governo de São Paulo defendeu nesta não ser o momento para liberar a obrigatoriedade do uso de máscaras em locais públicos. Na **Rádio Cultura FM**, o âncora Sergei Cobra defende cautela na decisão.

Já o **Brasil Urgente Regional, da TV Band (Presidente Prudente)** repercute ainda a quantidade de pessoas que precisam completar o ciclo vacinal contra a Covid-19, com dados regionalizados.



Pontos positivos

- Segue repercutindo positivamente o fato de 70% dos municípios paulistas não terem registrado morte por Covid-19 na semana anterior, bem como haver mais de 60% de pessoas com o ciclo vacinal completo, demonstrando o sucesso das diversas ações da Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- A liberação do uso de máscaras protetoras, apesar de ter um viés positivo que denota o arrefecimento da pandemia, pode gerar insatisfação em parcelas da sociedade, caso não ocorra.

Ações de assessoria recomendadas

- Mantém-se a indicação de distribuir release com entrevistas de representantes do Comitê Científico e do secretário de Saúde promovendo a troca de ideias e desenhando patamares mínimos para que possa ser efetivamente desobrigado o uso de máscaras protetoras contra a Covid-19 – mesmo que ainda não estejam definidos pelo governo paulista –, bem como sobre as possíveis estratégias de liberação escalonada.
- É importante, também, definir fonte na Secretaria de Saúde que possa dar entrevistas para rádios e TVs sobre o assunto.





DIA 08/10/2021 (sexta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	0		
	0		
	0		
	2	100%	0%
TOTAL	2	100%	0%

Matérias na **GloboNews** e no **Jornal Hoje**, da **TV Globo**, com balanço de casos de Covid-19 no país destacam que São Paulo é o estado com maior índice de esquema vacinal completo (60,59%).

Pontos positivos

- O fato do estado de São Paulo ser agora o primeiro, com mais de 60% de pessoas com o ciclo vacinal completo, é importante para demonstrar o sucesso das diversas ações da Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se novamente de reforçar as ações de comunicação da campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro – data próxima a feriado longo e que, por tal, pode ser esvaziada -, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de Imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP e nas redes sociais.



DIA 09/10/2021 (sábado)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	0		
	1	100%	0%
	0		
TOTAL	2	100%	0%

A **Rádio Jovem Pan AM** traz longa entrevista (quase 12 min) com o secretário de Saúde Jean Gorinchteyn. Focada nas questões da Covid-19, ele falou sobre a possibilidade da vacina entrar no calendário anual, o embate com o governo federal para a compra da Coronavac e sobre a possibilidade da não obrigatoriedade do uso de máscaras ainda neste ano.

Já no site da **Jovem Pan**, matéria de serviço incentiva quem ainda não tomou a segunda da vacina contra a Covid-19, trazendo dados e análises do governo paulista.

Pontos positivos

- A entrevista do secretário, tratando pontos ainda desconhecidos da população (como se haverá ciclos anuais de vacinação) e decisões políticas de impacto social reforçam a imagem positiva do gestor.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Mantém-se a indicação de reforçar as ações de comunicação da campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro – data próxima a feriado longo e que, por tal, pode ser esvaziada –, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de Imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de SP e nas redes sociais.



- Também é importante reforçar a campanha em redes sociais, trazendo as informações, preferencialmente, por meio de vídeos com profissionais atuantes em postos de saúde.
- Também pode ser positivo manter um calendário de entrevistas do secretário com a mídia regional e local, apresentando a importância da segunda dose para a saúde e para, inclusive, promover o distensionamento das regras sanitárias, como o uso obrigatório de máscaras, por exemplo.

DIA 10/10/2021 (domingo)

Tipo	Quant	+	-
	4	100%	0%
	2	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	6	100%	0%

Depois de 552 dias, pela primeira vez o estado de São Paulo registrou menos de 2 mil pessoas internadas em UTI por conta da Covid-19. Informação foi destaque em matérias no **G1**, no **Valor**, no **Poder 360** e no site **Poliarquia**.

Já nos jornais **Primeira Página (São Carlos)** e **Gazeta de Piracicaba**, matérias destacam a sanção do Programa Saúde Emocional às Vítimas da Covid-19 e seus familiares.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas é um sinal de arrefecimento da pandemia e que reforça os bons resultados da vacinação no estado.
- A sanção do Programa também é positiva, por demonstrar a preocupação do governo do estado com a recuperação integral das vítimas da Covid-19 que sofreram sequelas mais graves e familiares de pessoas falecidas.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se ampliar a comunicação sobre a queda do número de pessoas internadas, inclusive nas redes sociais.



- Se houver dados regionalizados ou municipalizados, sugere-se também encaminhar aos veículos do interior do estado.
- Sugere-se também a distribuição de release sobre o Programa Saúde Emocional, com as principais características e reforçando que seu funcionamento demanda ainda publicação de normativas específicas (se for o caso), indicando o prazo previsto.
- É importante produzir cartazes, para afixação nos serviços de saúde, orientando as pessoas sobre como elas podem acessar o Programa e quais os atendimentos possíveis de serem recebidos.
- Também é importante planejar campanha em redes sociais, por terem capacidade de capilarização do tema de impacto social.

DIA 11/10/2021 (segunda-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	2	100%	0%
TOTAL	6	100%	0%

O registro, no estado de São Paulo, de menos de 2 mil pessoas internadas em UTI por conta da Covid-19 foi destaque em matérias no **Hora Um, da TV Globo, R7, A Tribuna (Santos) e Acontece Botucatu.**

A **ESPN Brasil** informa que a Secretaria de Saúde notificou o Corinthians pelo descumprimento de normas sanitárias contra a Covid-19 por parte de torcedores na vitória sobre o Bahia, na última terça-feira.

Pontos positivos

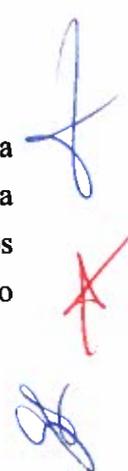
- A queda no número de pessoas internadas é um sinal de arrefecimento da pandemia e que reforça os bons resultados da vacinação no estado.
- A notificação a um clube popular de futebol por conta de ações da torcida ressalta a manutenção do cuidado fiscalizador do governo paulista.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Reforça-se novamente a indicação de promover ações de comunicação sobre a campanha de multivacinação, principalmente voltadas ao “Dia V” de 16 de outubro – data próxima a feriado longo e que, por tal, pode ser esvaziada –, tanto por meio de releases distribuídos aos veículos de imprensa como no site da Secretaria de Saúde e do Governo de São Paulo e nas redes sociais.



DIA 12/10/2021 (terça-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	3	100%	0%
	0		
	1	100%	0%
TOTAL	5	100%	0%

Matéria no **G1** e na **GloboNews** afirmam que o Governo de São Paulo corrigiu os dados de qual vacina contra a Covid-19 foi aplicada em 5,4 mil adolescentes, registrando a informação correta da aplicação da Pfizer. Nota da Secretaria de Saúde destaca que esse número representa 78,5% dos 6,9 mil casos apontados pelo Ministério da Saúde como irregular, em 16 de setembro. Os outros 1,5 mil registros seguem em investigação.

O registro, no estado de São Paulo, de menos de 2 mil pessoas internadas em UTI por conta da Covid-19 foi destaque em matérias no **Diário Verdade (Franca)**, na **Gazeta de Piracicaba** e no **Jornal Debate (Lins)**.

Pontos positivos

- A correção dos registros em 30 dias após a “denúncia” demonstra uma ação assertiva e coordenada da Secretaria de Saúde com os órgãos municipais.
- A queda no número de pessoas internadas é um sinal de arrefecimento da pandemia e que reforça os bons resultados da vacinação no estado.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se a distribuição de release com os resultados da revisão das vacinas aplicadas em adolescentes, devendo também conter a importância da parceria com as prefeituras para o processo de revisão, as possíveis repercussões administrativas e sanitárias nos casos em que for confirmado erro na aplicação e o que pais de adolescentes devem fazer se tiverem dúvida sobre qual vacina seus filhos tomaram e como devem proceder (consulta em sistemas ou em postos de saúde, por exemplo).

DIA 13/10/2021 (quarta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	8	100%	0%
	2	100%	0%
	3	100%	0%
	1	100%	0%
TOTAL	14	100%	0%

Ampla repercussão do “Dia V” no sábado (16/10), com matérias no **G1**, no **UOL**, no **Tem Notícias 2ª Edição**, da **TV Globo (Sorocaba)**, no site da **TV Cultura**, no **Guarulhos Hoje**, no **Jornal da Franca** e na **Folha de Metropolitana**.

Já o **R7** divulga o retorno obrigatório às aulas presenciais nas escolas públicas e privadas a partir de segunda (18/10). Texto traz dados da Secretaria de Saúde que denotam o arrefecimento da pandemia, o que permite um retorno mais seguro às aulas presenciais.

O **G1** reforça a informação e traz o apoio da Unesco à decisão e a crítica da Apeoesp por falta de funcionários para garantir a higienização. Tanto a Unesco como especialistas entrevistados defendem a manutenção dos protocolos sanitários, como uso de máscaras e álcool em gel, distanciamento mínimo das carteiras e disponibilização de testes, já que as crianças ainda não foram vacinadas e os adolescentes ainda estão na primeira dose.

A **Rádio Cultura FM** traz longa entrevista (quase 12 min) com a coordenadora de Controle de Doenças e do Plano Estadual de Imunização da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo, Regiane de Paula, que faz um balanço das ações de vacinação e apresenta os desafios que ainda persistem.

A **Rádio Nova Brasil FM**, por sua vez, destaca que o governo de SP corrigiu os dados de qual vacina contra a Covid-19 foi aplicada em 5,4 mil adolescentes, registrando a informação correta da aplicação da Pfizer.

O registro, no estado de São Paulo, de menos de 2 mil pessoas internadas em UTI por conta da Covid-19 foi destaque em matéria no **Jornal Estação**. Na **Rádio CBN FM**, a informação é de 4 mil pessoas, pois soma as 1.960 em UTI e as demais em leitos de enfermaria.

A **Gazeta de S.Paulo** traz matéria sobre a aplicação de doses de reforço para profissionais de saúde e pessoas idosas em Igaratá.



Pontos positivos

- A divulgação do “Dia V” reforça as ações continuadas de vacinação da população que estão sendo realizadas pela Secretaria de Saúde.
- A entrevista com Regiane de Paula demonstra a existência de vozes diversas do governo paulista que têm conhecimento aprofundado sobre a situação sanitária do estado, gerando maior credibilidade da população quanto às iniciativas.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se a manutenção da estratégia de diversificar as fontes para dar entrevistas em rádios e TVs regionais e locais sobre a vacinação e outras ações da Secretaria de Saúde.

J
A
JF

DIA 14/10/2021 (quinta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	4	25%	75%
	6	100%	0%
	2	100%	0%
	2	100%	0%
TOTAL	14	79%	21%

Matérias no **G1**, **Estadão** e **Último Segundo** sobre a CPI da Prevent Senior na capital paulista trouxeram fortes críticas à Secretaria de Saúde. O coordenador da Covisa (órgão da prefeitura) informou ter enviado ofício à Secretaria Estadual de Saúde, em 27/03/2020, solicitando a intervenção temporária em hospitais da Prevent Senior, não recebendo nenhuma resposta. Na matéria do G1, há a informação de que pediram posicionamento da Secretaria de Saúde, mas não houve resposta. A matéria do Estadão registra que a CPI aprovou requerimento para pedir esclarecimentos ao órgão estadual: “Os vereadores querem saber quais foram as providências tomadas pela pasta após a Vigilância Sanitária da Prefeitura sugerir a intervenção em três hospitais”.

O “Dia V” no sábado (16/10) segue repercutindo com matérias na **Rádio Difusora AM (Franca)**, no **Jornal Atibaia Hoje**, no **Diário (Tupã)**, no **Jornal da Manhã (Marília)**, no **DHoje Interior (São José do Rio Preto)**, no **Diário Verdade (Franca)**, no **O Extra.Net (Fernandópolis)**, no **Diário Comercial** e no **Jornal de Assis**. O **SP1**, da **TV Globo**, destaca ainda a aplicação de doses de reforço para profissionais de saúde e pessoas idosas em Igaratá.

A **Rádio CBN FM** reforça a informação de 4 mil pessoas internadas em UTI e enfermaria em SP por conta da Covid-19.

O **Jornal Hoje**, da **TV Globo**, em matéria sobre o balanço de casos e vacinação em todo o país, segue mostrando São Paulo como o estado com maior percentual de pessoas com o ciclo vacinal completo contra a Covid-19.



Pontos positivos

- A divulgação do “Dia V” reforça as ações continuadas de vacinação da população que estão sendo realizadas pela Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- As críticas à possível inação da Secretaria de Saúde em relação aos hospitais da Prevent Senior podem escalar a níveis preocupantes de imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se rápida elaboração de nota e release a ser distribuído a toda a imprensa sobre as ações tomadas em relação ao ofício da Covisa ou as possíveis explicações sobre o porquê não puderam ser tomadas medidas.

J
A
B

DIA 15/10/2021 (sexta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	67%	33%
	3	67%	33%
	3	67%	33%
	2	100%	0%
TOTAL	11	73%	27%

A informação do coordenador da Covisa (órgão da prefeitura de SP) à CPI municipal da Prevent Senior de que enviou ofício, em 27/03/2020, à Secretaria Estadual de Saúde solicitando a intervenção temporária em hospitais da operadora de plano de saúde sem ter resposta do órgão estadual seguiu repercutindo negativamente na imprensa.

Na **Folha de S.Paulo**, foi onde houve o maior destaque político, destacando que “gestão Doria negou” o pedido de intervenção. Conforme nota da Secretaria de Saúde, a vistoria foi efetuada no dia seguinte ao pedido da Covisa, onde verificou melhorias, implantação de medidas de segurança e de otimização de atendimentos e notificação referentes à doença”. E, por isso, outras providências não foram tomadas.

No **G1**, a citação foi em matéria que afirma que o MP-SP vai propor termo de ajustamento de conduta à Prevent Senior sobre distribuição de “kits Covid”. E, na **Rádio CBN FM**, foi em matéria que destaca que a operadora enviou ao Senado números menores de internações e mortes do que apresentados à CPI municipal.

O “Dia V” no sábado (16/10) segue repercutindo com matérias no **R7**, na **Rádio Alpha FM**, na **A Tribuna Piracicabana**, no **Jornal Tribuna (Ribeirão Preto)** e no **Jornal da Gazeta, da TV Gazeta**. O **Bom Dia Cidade, da TV Globo (Ribeirão Preto)**, destaca ainda o agendamento na cidade para a aplicação de doses de reforço para profissionais de saúde e pessoas idosas em Igaratá e para quem ainda não recebeu nenhuma dose.

A **Super Rádio AM** divulga que, pela primeira em 557 dias, menos 4 mil pessoas estão internadas em UTI e enfermaria em SP por conta da Covid-19.



Pontos positivos

- A divulgação do “Dia V” reforça as ações continuadas de vacinação da população que estão sendo realizadas pela Secretaria de Saúde.

Riscos à imagem

- A não identificação de problemas graves em hospitais da Prevent Senior, em vistoria realizada em 28/03/2020 pela Secretaria de Saúde, pode levar a questionamento sobre problemas de fiscalização ou envolvendo interesses diversos, inclusive pecuniários, em relação à operadora de planos de saúde.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se seguir monitorando as repercussões sobre o caso da Prevent Senior a partir da Nota e, caso siga escalando o viés negativo, pode ser importante realizar coletiva de Imprensa para informar com mais detalhes o que foi realizado pela equipe durante a vistoria e quais os pontos que levaram a Secretaria a não considerar necessário a intervenção à época.
- Sugere-se ainda reforçar a divulgação da redução das 4 mil internações, por ser um aspecto positivo que pode balancear as críticas.

[Handwritten signatures in blue and red ink]

DIA 16/10/2021 (sábado)

Tipo	Quant	+	-
	2	100%	0%
	3	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
TOTAL	6	100%	0%

O “Dia V” neste sábado segue repercutindo com matérias na **Rádio CBN FM**, no **R7**, no **Jornal da Cidade (Bauru)**, na **Folha de Itapetininga** e n’**O Atibaiense**.

Em matéria do **UOL** sobre mudança de data de jogo do **Corinthians** para poder ter 100% de capacidade no estádio após liberação do governo estadual, cita que a Secretaria de Saúde notificou o time, em 11/10, pelo descumprimento de normas sanitárias contra a Covid-19 por parte de torcedores em jogo contra o Bahia.

Pontos positivos

- A divulgação do “Dia V” reforça as ações continuadas de vacinação da população que estão sendo realizadas pela Secretaria de Saúde.
- A notificação a um clube popular de futebol por conta de ações da torcida ressalta a manutenção do cuidado fiscalizador do governo paulista.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se seguir monitorando as repercussões sobre o caso da Prevent Senior a partir da Nota e, caso siga escalando o viés negativo, pode ser importante realizar coletiva de Imprensa para informar com mais detalhes o que foi realizado pela equipe durante a vistoria e quais os pontos que levaram a Secretaria a não considerar necessário a intervenção à época.

DIA 17/10/2021 (domingo)

Tipo	Quant	+	-
	0		
	1	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	6	100%	0%

O **Jornal Diário de Marília** destaca o anúncio, realizado em 30/09/2021, do programa “Mais Santas Casas”, o maior da história do SUS no estado, que vai repassar R\$ 1,2 bilhão por ano para apoiá-las no custeio das Santas Casas e hospitais filantrópicos para prestação de serviços pelo SUS. Ainda foi anunciado linha de crédito do DesenvolveSP, com R\$ 300 milhões em recursos para aquisição de equipamentos de energia solar para esses estabelecimentos.

Pontos positivos

- Apesar de já ter sido anunciado anteriormente, com a devida repercussão à época, o programa reforça o papel do estado na promoção de serviços públicos de saúde, principalmente com o arrefecimento da pandemia, que poderá gerar um novo aumento no custeio para atendimento a demandas de saúde não emergenciais que ficaram represadas.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Sugere-se planejar a distribuição de release no começo de novembro, informando qual o valor a maior já recebido pelas unidades em outubro e novembro, quais foram as novas entidades que começaram a receber o apoio (cerca de 200 novas, segundo release) e qual o impacto positivo que já pode ser sentido em alguns hospitais e Santas Casas com esse incremento.



DIA 18/10/2021 (segunda-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	1	100%	0%
	1	100%	0%
	2	100%	0%
TOTAL	7	100%	0%

Ampla repercussão positiva da decisão da Secretaria de Saúde em reduzir o prazo entre a primeira e a segunda dose vacina contra Covid-19 da Pfizer de 8 semanas para 21 dias, com matérias no **G1**, na **Rádio Jovem Pan AM**, no **Tem Notícias 2ª Edição**, da **TV Globo (Bauru)**, no **Infomoney** e n' **O Diário (Mogi das Cruzes)**.

Matéria em **O Globo** sobre avanço da vacinação da Covid-19 em todo o país destaca que o estado “com previsão mais otimista é São Paulo, que pode terminar a imunização dos adultos já em outubro”. Texto cita o “empecilho dos faltosos”, informando que, das cerca de 4 milhões de pessoas que estão com a segunda dose em atraso, grande parte é de adolescentes que tomaram Pfizer (e que teve o intervalo entre as doses reduzido), outra é de pessoas que tomaram mas que as prefeituras ainda não atualizaram no sistema e ainda tem quem tem dificuldade de acesso aos postos de vacinação, além dos hesitantes, “seja por desinformação ou desinteresse, além de um grupo que se nega a ser vacinado”.

E matéria no **Jornal Hoje**, da **TV Globo**, destaca que os bons resultados da vacinação no estado permitem a flexibilização paulatina das medidas de segurança sanitária.



Pontos positivos

- A redução do prazo da vacinação com a Pfizer, junto com os dados apresentados em O Globo e no Jornal Hoje, permite à Secretaria ter maior tranquilidade na realização do processo de vacinação bem como ao governo do estado decidir pela flexibilização das medidas de segurança sanitária, criando um cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se a elaboração de release com dados municipais e estaduais que permitam aos veículos compararem para debater regionalmente e localmente a possível flexibilização de medidas sanitárias, fortalecendo o papel indutor da Secretaria de Saúde junto aos municípios.
- Para as rádios, é sugerido enviar junto áudio do secretário de Saúde (que possa ser utilizado em matérias) reforçando a importância da tomada de decisão pelas flexibilizações a partir de uma base científica, por meio da análise dos resultados.

DIA 19/10/2021 (terça-feira)

Tipo	Quant	+	-
	6	83%	17%
	9	100%	0%
	3	100%	0%
	4	100%	0%
TOTAL	22	96%	4%

Segue ampla repercussão positiva da decisão da Secretaria de Saúde em reduzir o prazo entre a primeira e a segunda dose vacina contra Covid-19 da Pfizer de 8 semanas para 21 dias, com matérias no SP1, da TV Globo, no G1, no Bom Dia Cidade, da TV Globo (Ribeirão Preto), na Rádio Nova Brasil FM, na Rádio Alpha FM, na Rádio Cacique AM (Taubaté), no Diário do Grande ABC, na Gazeta de Limeira, no Diário de Santa Bárbara (Santa Bárbara D'Oeste), no Diário (Tupã), n'O Dia (Marília), no Jornal Estação, no Jornal da Cidade (Jundiaí), no Jornal Tribuna (Ribeirão Preto) e n'O Diário (Mogi das Cruzes).

Matérias na TV BandNews e no Jornal da Rede Alesp destacam as cerca de 4 milhões de pessoas que estão com a segunda dose em atraso.

E matéria no Centro do Professorado Paulista com críticas à retomada 100% presencial das escolas cita que, em nota, a Secretaria de Saúde informou ter comprado 1 milhão de testes de antígenos destinados à rede pública.

Pontos positivos

- A redução do prazo da vacinação com a Pfizer segue reforçando o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se distribuir release com dados municipais e estaduais sobre a quantidade de adolescentes beneficiados com a redução do prazo da vacina da Pfizer, indicando como devem fazer para receber a segunda dose.

[Handwritten signature and initials in blue and red ink]

DIA 20/10/2021 (quarta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	4	75%	25%
	6	83%	17%
	1	100%	0%
	2	100%	0%
TOTAL	13	85%	15%

O anúncio do governador João Doria de que irá contratar, até dezembro, 1.070 profissionais de saúde para reforçar as equipes de hospitais e serviços da administração direta da Secretaria de Saúde teve destaque positivo no site da **TV Cultura** e no **Diário de Suzano**.

Segue ampla repercussão positiva da decisão da Secretaria de Saúde em reduzir o prazo entre a primeira e a segunda dose vacina contra Covid-19 da Pfizer de 8 semanas para 21 dias. O **Jornal da Gazeta**, da **TV Gazeta**, apresentou longa entrevista ao vivo (mais de 12 min) com o secretário de Saúde. Além disso, foram identificadas matérias no **Portal TodoDia (Americana)**, no jornal **O Dia**, no **Mogi News (Mogi das Cruzes)**, no **Diário do Alto Tietê (Suzano)** e no **Periscópio (Itu)**.

Já o **Correio Popular (Campinas)** traz críticas da médica infectologista e professora da Unicamp Raquel Stucchi à decisão. A matéria ainda informa que a Secretaria de Saúde e a Prodesp estão reprogramando o disparo de mensagens de texto pelo celular (SMS) e e-mail com informações sobre esta medida, reforçando a recomendação para consulta aos cronogramas das cidades de residência e à carteira de vacinação.

Matéria na **Rádio Azul Celeste AM (Americana)** destaca que pelo terceiro dia consecutivo a quantidade de pessoas internadas por causa da Covid-19 está estabilizada em 3,9 mil pessoas.

E matéria no **SBT Brasil** informa a queda de 58% nos casos de Covid-19 no estado.

Pontos positivos

- A contratação de mais de 1 mil profissionais demonstra a preocupação do governo estadual com os serviços disponibilizados no SUS.
- A redução do prazo da vacinação com a Pfizer segue reforçando o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se fortalecer a divulgação das novas contratações de profissionais, com a narrativa de um possível aumento de demandas nos serviços de saúde com o arrefecimento da pandemia, já que necessita agora dar vazão aos atendimentos e procedimentos não emergenciais que ficaram represados.

[Handwritten signatures in blue and red ink]

DIA 21/10/2021 (quinta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	2	100%	0%
	3	100%	0%
	2	100%	0%
	0		
TOTAL	7	100%	0%

Destaque no dia para a redução do número de internações em UTI e em leitos de enfermaria no estado por causa da Covid-19, com matérias na **CNN Online**, na **Rádio BandNews FM** e na **Gazeta de S.Paulo**.

Segue repercussão positiva da decisão da Secretaria de Saúde em reduzir o prazo entre a primeira e a segunda dose vacina contra Covid-19 da Pfizer de 8 semanas para 21 dias, com matéria no **Jornal Cruzeiro do Sul (Sorocaba)**.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas é um sinal de arrefecimento da pandemia e que reforça os bons resultados da vacinação no estado.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Sugere-se a distribuição de release com dados municipais e estaduais que permitam aos veículos compararem para debater regionalmente e localmente a possível flexibilização de medidas sanitárias, fortalecendo o papel indutor da Secretaria de Saúde junto aos municípios.
- Para as rádios, é sugerido enviar junto áudio do secretário de Saúde (que possa ser utilizado em matérias) reforçando a importância da tomada de decisão pelas flexibilizações a partir de uma base científica, por meio da análise dos resultados.



DIA 22/10/2021 (sexta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	2	100%	0%

Matéria no **G1** destaca que SP ultrapassou a marca de 70 milhões de doses aplicadas das vacinas contra a Covid-19, sendo que 85,4% da população adulta já está com o esquema vacinal completo. Texto ainda cita a estratégia de aplicação das doses de reforço.

Já no jornal **Folha do Oeste (Osasco)**, matéria traz que “fontes ligadas ao comitê científico e à secretaria estadual de Saúde afirmam que o comunicado sobre a liberação das máscaras será feito em conjunto entre a capital e estado de São Paulo”.

Pontos positivos

- A rápida evolução da aplicação de doses reforça o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.
- A possível divulgação conjunta entre prefeitura e governo de SP sobre a liberação de uso de máscaras tem a capacidade de ser um fato gerador de notícias positivas.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Mantém-se ainda a sugestão de distribuição de release com dados municipais e estaduais que permitam aos veículos compararem para debater regionalmente e localmente a possível flexibilização de medidas sanitárias, fortalecendo o papel indutor da Secretaria de Saúde junto aos municípios.
- Para as rádios, é sugerido enviar junto áudio do secretário de Saúde (que possa ser utilizado em matérias) reforçando a importância da tomada de decisão pelas flexibilizações a partir de uma base científica, por meio da análise dos resultados.



DIA 23/10/2021 (sábado)

Tipo	Quant	+	-
	3	67%	33%
	0		
	1	100%	0%
	0		
TOTAL	4	75%	25%

Matérias no **G1** e no **Portal TodoDia (Americana)** registram que quatro hospitais de referência para Covid-19 no estado não têm novas internações há uma semana.

Matéria na **Rádio CBN FM** destaca que SP ultrapassou a marca de 70 milhões de doses aplicadas das vacinas contra a Covid-19, sendo que 85,4% da população adulta já está com o esquema vacinal completo.

Já no jornal **UOL**, matéria faz retrospectiva da CPI da Prevent Senior, na Câmara Municipal de São Paulo, citando novamente a informação do coordenador da Covisa que enviou ofício à Secretaria de Saúde solicitando intervenção em hospitais da rede de plano de saúde e a resposta do governador de que não foram encontrados problemas que justificassem.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas e a rápida evolução da aplicação de doses reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- A não identificação de problemas graves em hospitais da Prevent Senior, em vistoria realizada em 28/03/2020 pela Secretaria de Saúde, pode levar a questionamento sobre problemas de fiscalização ou envolvendo interesses diversos, inclusive pecuniários, em relação à operadora de planos de saúde.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se seguir monitorando as repercussões sobre o caso da Prevent Senior.

DIA 24/10/2021 (domingo)

Tipo	Quant	+	-
	4	100%	0%
	0		
	0		
	0		
TOTAL	4	100%	0%

Matérias no **G1**, na **Folha de S.Paulo** e no jornal **A Tribuna (Santos)** destacam que o estado de São Paulo tem o menor número de pessoas internadas por Covid-19 desde o começo da pandemia.

Já a **IstoÉ** registra que a Secretaria de Saúde autuou o Allianz Parque por aglomeração promovida na partida entre Palmeiras e Red Bull Bragantino.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas e a rápida evolução da aplicação de doses reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.
- A notificação a um estádio de futebol por conta de aglomeração ressalta a manutenção do cuidado fiscalizador do governo paulista.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se avaliar produzir um balanço com as autuações e notificações apresentadas a times e estádios de futebol por conta de descumprimento de medidas sanitárias de proteção contra a Covid-19.



DIA 25/10/2021 (segunda-feira)

Tipo	Quant	+	-
	3	100%	0%
	1	100%	0%
	5	100%	0%
	1	100%	0%
TOTAL	10	100%	0%

Matérias no **Bom Dia Brasil**, da **TV Globo**, na **Folha de S.Paulo** (impresso), no **G1**, na **Rádio BandNewsFM**, na **Rádio CBN FM**, na **Rádio Nova Brasil FM**, na **Rádio Capital AM** e na **Rádio Andradina AM** destacam a redução do número de pessoas internadas em SP por Covid-19, equiparados aos do começo da pandemia.

Já a **Folha de S.Paulo** e o **Valor** registram que o estado já tem 100% das pessoas que recebeu ao menos uma dose da vacina contra a Covid-19.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas e a rápida evolução da aplicação de doses reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se reforçar a reta final da campanha de multivacinação, ressaltando a mensagem sobre o enfrentamento à redução da imunização de crianças e adolescentes nos últimos anos, com a disponibilização de fontes técnicas.
- Também é importante reforçar a campanha em redes sociais, trazendo as informações, preferencialmente, por meio de vídeos com profissionais atuantes em postos de saúde.
- Outra iniciativa que pode ser avaliada é identificar, por meio das agências de checagem, as principais fake news que circulam nas redes sociais sobre o tema. A Secretaria de Saúde pode gerar respostas oficiais (notas) sobre cada uma delas, que podem ser divulgadas como release à Imprensa, em notícias no site e outros veículos do órgão e em posts em redes sociais. É importante criar uma estratégia continuada, com uma comunicação unificada.

DIA 26/10/2021 (terça-feira)

Tipo	Quant	+	-
	8	100%	0%
	3	100%	0%
	3	100%	0%
	2	100%	0%
TOTAL	16	100%	0%

O anúncio da redução do prazo da segunda dose da AstraZeneca para oito semanas teve ampla repercussão no **G1**, na **CNN Brasil**, no **R7**, na **Jovem Pan**, no **Poder360**, no **UOL** e na **RedeTV News**.

Matérias no **SBT Brasil**, na **Rádio CBN FM**, na **Rádio Cultura FM**, na **Rádio Jornal AM (Indaiatuba)** e no **Agora SP** destacam que o estado já tem 100% das pessoas que recebeu ao menos uma dose da vacina contra a Covid-19.

Já o **G1**, em matéria sobre 3 mil doses de vacina Pfizer em Ferraz de Vasconcelos que estão próximas ao vencimento, traz que a Secretaria de Saúde informou que elas serão remanejadas para outras cidades, evitando a perda. Texto ainda traz posicionamentos das prefeituras do Alto Tietê sobre como elas estão gerenciando as vacinas.

No **Jornal de Piracicaba**, matéria sobre redução de casos e internações na cidade destaca que o mesmo ocorre em todo o estado. Texto no **Jornal de Assis** ressalta que SP tem o menor número de internados desde abril de 2020.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas, a rápida evolução da aplicação de doses e, agora, a redução do prazo da vacinação com a AstraZeneca reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.
- A estratégia de gestão das vacinas reforça o pacto federativo.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Sugere-se produzir release que apresente como as prefeituras e o estado fazem a gestão conjunta das vacinas, inclusive o papel dos Grupos de Vigilância Epidemiológica, e apresentar boas práticas que seguem as orientações da Nota Técnica 12/2021 para evitar que vençam.



DIA 27/10/2021 (quarta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	8	100%	0%
	1	100%	0%
	1	100%	0%
TOTAL	11	100%	0%

O anúncio da redução do prazo da segunda dose da AstraZeneca para oito semanas seguiu com ampla repercussão no **Estadão**, **Valor**, **Folha de S.Paulo**, **IstoÉ**, **Exame**, **TV Cultura**, **Diário do Grande ABC**, **Correio Popular (Campinas)**, **Cruzeiro do Sul (Sorocaba)**, **Portal Todo-Dia (Americana)**, **Repórter Diário (Santo André)**, **A Tribuna (Santos)**, **Rádio Bandeirantes AM**, **Rádio Nova Brasil FM**, **Rádio CBN FM**, **Rádio Energia FM (Jaú)** e **Rádio Alpha FM**.

Matéria na **Rádio Jovem Pan FM (São José dos Campos)** destaca que o estado já tem 100% das pessoas que recebeu ao menos uma dose da vacina contra a Covid-19.

Já o **Estadão**, em matéria sobre pedido de liberação de vacina contra a Covid-19 para crianças, traz nota da Secretaria de Saúde em que afirma que “a aplicação de vacinas contra covid-19 em crianças só será realizada mediante aprovação de autoridades sanitárias” e da “disponibilidade de doses” pelo governo federal.

E matéria do **G1** sobre votação adiada para instalação de CPI da Prevent na Assembleia Legislativa de SP destaca que houve obstrução da base aliada do governador e resgata informação da CPI da Câmara Municipal em que o coordenador da Covisa enviou ofício à Secretaria de Saúde solicitando intervenção em três hospitais da operadora de plano de saúde.



Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas, a rápida evolução da aplicação de doses e, agora, a redução do prazo da vacinação com a AstraZeneca reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- A não identificação de problemas graves em hospitais da Prevent Senior, em vistoria realizada em 28/03/2020 pela Secretaria de Saúde, pode levar a questionamento sobre problemas de fiscalização ou envolvendo interesses diversos, inclusive pecuniários, em relação à operadora de planos de saúde.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se seguir monitorando as repercussões sobre o caso da Prevent Senior.

[Handwritten signatures in blue and red ink]

DIA 28/10/2021 (quinta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	1	100%	0%
TOTAL	3	100%	0%

O anúncio da redução do prazo da segunda dose da AstraZeneca para oito semanas seguiu com ampla repercussão no **Diário de Votuporanga**, **Diário de Santa Bárbara (Santa Bárbara D'Oeste)**, **Jornal Estação**, **Correio Popular (Campinas)**, **A Cidade (Votuporanga)**, **Correio de Itapetininga** e **Jornal Debate (Lins)**.

Matéria na **Super Rádio AM** destaca que a imunização no estado de SP tem sido tão eficiente quanto em países ricos.

O **Cruzeiro do Sul (Sorocaba)**, em matéria sobre pedido de liberação de vacina contra a Covid-19 para crianças, traz nota da Secretaria de Saúde em que afirma que “a aplicação de vacinas contra covid-19 em crianças só será realizada mediante aprovação de autoridades sanitárias” e da “disponibilidade de doses” pelo governo federal.

E matéria no **Noticiade, do SBT (São Carlos)** traz dados com o ranking de vacinação por município divulgado pela Secretaria de Saúde.

Pontos positivos

- A queda no número de pessoas internadas, a rápida evolução da aplicação de doses e, agora, a redução do prazo da vacinação com a AstraZeneca reforçam o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se manter constante a divulgação do ranking, pois gera interesse específico nas mídias regionais e locais.



DIA 29/10/2021 (sexta-feira)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	2	100%	0%

Divulgação do balanço da quantidade de casos da variante delta por município repercutiu positivamente no **G1** e no **O Imparcial (Presidente Prudente)**.

Já matéria da **Globo News** com balanço de casos e vacinação pelo país destaca que SP segue sendo o estado com maior % de pessoas com esquema vacinal completo.

Pontos positivos

- A rápida evolução da aplicação de doses reforça o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.
- Balanço específico da variante delta demonstra que a Secretaria de Saúde está alerta quanto a possíveis problemas que possam surgir.

Riscos à imagem

- Não foi identificada nenhuma matéria que apresentasse risco à imagem.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se manter constante a divulgação do balanço de casos de Covid-19 da variante delta, tendo em vista seu possível impacto no aumento de casos e mortes.



DIA 30/10/2021 (sábado)

Tipo	Quant	+	-
	1	100%	0%
	1	100%	0%
	0		
	0		
TOTAL	2	100%	0%

Matéria na **Folha de S.Paulo** destaca o fim da proibição de festas e aglomerações em todo o estado, sendo que a fiscalização dos protocolos sanitários será mantida pela Vigilância Sanitária, como informa no texto a Secretaria Estadual de Saúde.

Já a **TV Cultura** registra que as internações por Covid-19 no estado reduziram em 50% em um ano.

Pontos positivos

- A liberação de realização de eventos e a redução de internações reforça o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- O crescimento de casos da variante delta pode obrigar o governo do estado a recuar na flexibilização das regras sanitárias e deve ser monitorado.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se manter constante a divulgação do balanço de casos de Covid-19 da variante delta, tendo em vista seu possível impacto no aumento de casos e mortes, bem como sobre os novos protocolos sanitários que devem ser ainda seguidos após as flexibilizações, inclusive nas redes sociais.



DIA 31/10/2021 (domingo)

Tipo	Quant	+	-
	9	100%	0%
	0		
	0		
	0		
TOTAL	9	100%	0%

O encerramento de restrições contra a Covid-19 em todo o estado a partir de segunda-feira (1º/11) repercutiu positivamente no **Estadão**, no **G1**, no **Terra**, na **IstoÉ**, na **Exame**, no **Correio Popular (Campinas)**, no **Diário do Grande ABC** e no **Repórter Diário (Santo André)**.

Pontos positivos

- A liberação de realização de eventos reforça o cenário de bons resultados que impacta positivamente na população.

Riscos à imagem

- O crescimento de casos da variante delta pode obrigar o governo do estado a recuar na flexibilização das regras sanitárias e deve ser monitorado.

Ações de assessoria recomendadas

- Indica-se manter constante a divulgação do balanço de casos de Covid-19 da variante delta, tendo em vista seu possível impacto no aumento de casos e mortes, bem como sobre os novos protocolos sanitários que devem ser ainda seguidos após as flexibilizações, inclusive nas redes sociais.



PROPOSTA TÉCNICA

QUESITO

3

QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE
DE PROFISSIONAIS

EXPERIÊNCIA



Com 32 anos de existência, a **in.Pacto** Comunicação Corporativa e Digital está entre as maiores agências de comunicação do Brasil. Fundada em Brasília, além de sua sede na capital federal, atualmente, mantém escritórios em todas as cinco regiões.

Foi a primeira agência de assessoria de imprensa e de divulgação do país a desenvolver estratégias e a executar planos de comunicação para o governo federal. Especializada em soluções estratégicas para empresas, órgãos governamentais e terceiro setor, tem em seu portfólio clientes como a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), o Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR), a Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo (Funpresp), o Conselho Federal de Química (CFQ), a Assembleia Legislativa do Maranhão (Alema) e a Prefeitura de Manaus.

Com uma equipe formada por cerca de 150 profissionais experientes e altamente qualificados, e parque tecnológico moderno, a **in.Pacto tem foco na comunicação integrada – corporativa e digital. Entre os serviços disponíveis para seus clientes, estão: consultoria; assessoria de imprensa; conteúdo multimídia (áudios, vídeos, fotografias); gestão de redes sociais; criação e gerenciamento de portais, sites, blogs, aplicativos; monitoramento e análise em redes sociais; Business Intelligence (BI); comunicação interna e externa; media training; gestão de imagem; gerenciamento de crises; relações públicas e eventos.**

As estratégias de trabalho da agência são aplicadas tendo sempre em vista a enorme diversidade geográfica, social, econômica e cultural existente no Brasil. E também os movimentos responsáveis pelas novas formas de comunicar – seja no campo pessoal ou global. Isso exige foco, agilidade e capacidade criativa. Vencemos o desafio de nos comunicar com um país de dimensões continentais e uma população heterogênea, indo da mobilização social via telefone às avançadas tecnologias digitais que permitem distribuição de conteúdos em tempo real.

A agência emprega metodologia e linguagem próprias, utilizando as mais modernas técnicas e ferramentas na comunicação integrada, para instituições públicas ou empresas privadas, com reconhecida eficiência e qualidade na prestação de serviços adequados à natureza e às características específicas de cada cliente.



COMPLIANCE

A **in.Pacto** mantém rígido controle de suas operações e fluxos, observando rigorosamente as normas e leis vigentes. A empresa toma suas decisões em consonância com princípios éticos, morais e legais, em respeito à sua própria história e integridade, assim como a de seus colaboradores e clientes. Desta forma, assegura que seu código de conduta e suas normas internas sejam respeitados à risca, não admitindo nenhum comportamento que dê margem a qualquer tipo de irregularidade, ilegalidade ou corrupção.

PRINCIPAIS CLIENTES – Comunicação Corporativa e Digital

A fim de permitir, à **Unidade de Comunicação / Sicom (Secretaria de Governo – Estado de São Paulo)**, uma avaliação mais profunda da capacidade de atendimento, da criatividade e da agilidade operacional da **in.Pacto**, listamos alguns dos nossos principais clientes:



AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (ApexBrasil)

Em fevereiro de 2021, a **in.Pacto Comunicação** – após sagrar-se vencedora em processo licitatório – assinou contrato com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) para a prestação de serviços de comunicação corporativa.

Objeto do contrato – Prestação de serviços de comunicação corporativa, para a realização de planejamento estratégico de comunicação interna e externa, relacionamento com a imprensa nacional, relacionamento com públicos de interesse no Brasil, análise de veiculações jornalísticas na mídia, treinamento de porta-vozes para atuarem no Brasil e no exterior, produção de conteúdo para comunicação interna e externa, e materiais corporativos multimídia no Brasil, sob demanda da ApexBrasil.

Período de atendimento – Desde fevereiro de 2021.

Serviços prestados – Na lista dos serviços que já estão sendo (ou podem vir a ser) prestados, estão: Assessoria de imprensa e RP no Brasil (assessoria de imprensa e RP nacional, incluindo as regiões do Brasil; levantamento de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação; banco de contatos nacional e regional atualizado; lista de influenciadores nacionais; preparação de porta-vozes para ações de promoção da ApexBrasil no Brasil e no exterior); Estratégias de comunicação externa e interna (planejamento estratégico semestral de ações e eventos de comunicação voltados à divulgação dos serviços oferecidos pela ApexBrasil e das ações de promoção das exportações e de atração de investimentos estrangeiros realizadas pela ApexBrasil e seus parceiros, externa e internamente; organização de atividades de imprensa e de relações públicas no Brasil relativas a eventos específicos elencados no planejamento estratégico semestral e no plano de comunicação temático para a promoção dos produtos e serviços brasileiros; media training e palestras de sensibilização para grupos; media training em situações de crise; treinamento para apresentações; workshops/seminários para jornalistas; diagnóstico e planejamento de comunicação interna); Viagens de familiarização (planejamento e organização de conteúdo e roteiro de viagens de familiarização; acompanhamento de viagens de familiarização individual por ano, no Brasil ou no exterior; acompanhamento de viagens de familiarização, ao Brasil ou ao exterior); Produção e edição de conteúdo, e também fotografia, para comunicação externa e interna (textos, pautas para a imprensa, podcasts, editoração de textos; diagramação de textos; projeto gráfico de materiais impressos ou digitais); Produção de produtos especiais (legados, relatórios de gestão, etc. – elaboração de relatórios em formato digital de legados de ações realizadas pela ApexBrasil, bem como de relatórios institucionais); Monitoramento (análise de mídia nacional);

Prevenção e gerenciamento de crises (formação de Comitê de Crise, fluxograma de processo para atuação em crise, mapeamento de públicos envolvidos na crise, manual de crise, gerenciamento de crise regional, gerenciamento de crise nacional).



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL (MDR)

Em maio de 2021, a **in.Pacto** sagrou-se vencedora da licitação realizada pelo Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR) para contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital.

Objeto do contrato – Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação digital; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Ministério do Desenvolvimento Regional em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.

Período de atendimento – Desde maio de 2021.

Soluções digitais – Na lista dos serviços essenciais que já estão sendo (ou podem vir a ser) prestados, estão: Design (adaptação ou replicação de tela, elemento gráfico para propriedade digital); Apresentação (roteirização e diagramação de apresentação); Planejamento Estratégico (diagnóstico e matriz estratégica, diagnóstico de saúde digital de marca ou tema); Planejamento Tático (arquitetura de propriedade digital, projeto editorial, migração de conteúdo); Métricas e Avaliações (análise de tráfego de rede e usabilidade); Conteúdo (capacitação para publicação de conteúdo, publicação de conteúdo); Peças digitais (criação de nome, identidade visual, conceito e marca; criação de infográfico, ilustração, organograma e fluxograma; banner); Tecnologia (criação e administração de listas de contatos e envio de mensagens instantâneas, análise e aplicação de pontos por função plone); Vídeo (transmissão ao vivo para ambiente digital; elaboração e edição de entrevista, clipe, reportagem de vídeo para portal, redes sociais e mídia digital; vídeo depoimento; vídeo animação; reedição de vídeo; criação de vinheta; libras para vídeo); Redes sociais (conteúdo para redes sociais; moderação em redes sociais, monitoramento online - análise de jornais, revistas, blogs, redes sociais e portais de notícias); Atendimento de demandas (receber, coordenar, articular, encaminhar e acompanhar as demandas de comunicação das unidades do órgão); e Elaboração de planos de comunicação (elaboração de plano de comunicação de acordo com briefing da contratante).



FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR DO SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL DO PODER EXECUTIVO (Funpresp)

Entre nossos clientes corporativos mais recentes, está a Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo (Funpresp), com quem assinamos contrato no mês de novembro de 2021.

Objeto do contrato – Prestação de serviços de comunicação da Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo – FUNPRESP-EXE.

Período de atendimento – Desde novembro de 2021.

Serviços prestados – Na lista dos serviços essenciais que já estão sendo (ou podem vir a ser) prestados, estão: Assessoria de Comunicação (atendimento de demandas de comunicação e divulgação de conteúdos); Produção de conteúdo (elaboração de texto em língua portuguesa; produção de vídeos e fotografias e cobertura audiovisual de eventos; vídeo divulgação; vídeo entrevista; vídeo animação; podcast; produção gráfica); Marketing digital (conteúdo multimídia, planejamento e gerenciamento de relacionamento em ambientes digitais; relatório de desempenho de redes sociais; promoção e marketing de conteúdo); Ações de Relacionamento (ações de relacionamento com públicos prioritários / patrocinadores); Gestão de produtos e projetos digitais (gestão de conteúdo e experiência do usuário para site e projetos digitais).



CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA (CFQ)

A **in.Pacto** atende ao Conselho Federal de Química (CFQ) em comunicação corporativa. É, inclusive, a primeira agência a atender ao órgão nesta área. Sua atuação inclui ações de relações públicas digitais; assessoria de imprensa; treinamento (media training); monitoramento e análise; produção de conteúdos; prevenção e gerenciamento de crises; design aplicado à produção de conteúdo para relações públicas e atendimento.



Objeto do contrato – Prestação de serviços de comunicação corporativa referentes à prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Conselho Federal de Química (CFQ), no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do CFQ junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

Período de atendimento – Desde maio de 2019.

Serviços prestados – Assim que começou a atender ao CFQ, a **in.Pacto** elaborou o diagnóstico, a matriz estratégica e o planejamento da comunicação corporativa. Em seguida, criou um plano estratégico digital. Na prática, a primeira ação executada foi a criação e ativação dos perfis sociais do conselho – Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Também foi feita a reformulação do LinkedIn. A empresa foi responsável, ainda, pela criação e implantação da identidade visual de todos os perfis criados. Todo o planejamento e a produção de conteúdo (vídeos, infográficos, webséries, áudios, etc.) para estes perfis são de responsabilidade da agência. A equipe também produz mapeamentos de influenciadores digitais. Mais recentemente, diante do cenário de pandemia causado pelo novo coronavírus, a empresa enfrentou o desafio de posicionar o CFQ como fonte confiável, nas redes sociais e na imprensa, executando um importante trabalho: o de conscientizar e informar corretamente sobre a Covid-19. A partir de um diagnóstico de comunicação feito por nossa equipe, a **in.Pacto** definiu, junto com o CFQ, a campanha Química Solidária, com três objetivos estratégicos: combater notícias falsas; orientar e esclarecer a população sobre as formas de prevenção ao novo coronavírus; e mostrar a atuação dos profissionais da Química, do CFQ e dos Conselhos Regionais na pandemia.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO (Alema)

A **in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital** venceu, em março de 2021, licitação realizada pela Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão (Alema) para contratar, pela primeira vez em sua história, uma agência de comunicação corporativa.

Objeto do contrato – Prestação de serviços de comunicação corporativa para realização de assessoria no relacionamento com a imprensa, na produção de conteúdo para a imprensa e mídias digitais, e em relações públicas.



Período de atendimento – Desde março de 2021.

Serviços prestados – Na lista dos serviços essenciais que já estão sendo (ou podem vir a ser) prestados, estão: plano de comunicação corporativa e digital; análise diária de mídia; treinamento de crise e alinhamento de mensagens; coordenação de redação; notícias em texto; notícias em vídeo; notícias em áudio; fotografias; ilustrações em geral; serviços de editoração e produção de periódicos; coordenação geral de assessoria de imprensa; elaboração de press releases; elaboração de avisos de pauta; atendimento às demandas da imprensa; produção de mailing; organização de coletivas; planos específicos de divulgação à mídia; produção de informativos; vídeos temáticos; coordenação da comunicação digital; monitoramento digital; conteúdo em linguagem digital; atualização dos canais oficiais da Alema e intervenção digital.



PREFEITURA DE
MANAUS

PREFEITURA DE MANAUS

A **in.Pacto** atende a Prefeitura de Manaus, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom), após vencer concorrência pública em 2020. Entre os serviços executados até o momento, estão atendimento à imprensa, contatos proativos, media training, auditoria de imagem e design.

Objeto do contrato – Prestação de serviços de comunicação corporativa. Também integram o objeto do contrato, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados: prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa da Prefeitura de Manaus, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa, no âmbito do contrato; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da Prefeitura de Manaus junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

Período de atendimento – Desde julho de 2020.

Serviços prestados – Na lista dos serviços que já estão sendo (ou podem vir a ser) prestados, estão: Estratégia de Comunicação (diagnóstico e matriz estratégica; plano estratégico de comunicação); Assessoria de Comunicação (atendimento de demandas de veículos de comunicação; contatos proativos com os veículos de comunicação; assessoria de imprensa fixa



em Brasília/DF e São Paulo/SP; entrevista coletiva; entrevista coletiva em ambiente digital; planejamento de press trip/tour; acompanhamento de press trip/tour); Treinamento (planejamento e execução de media training; media training em situação de crise; treinamento para apresentações; workshops, seminários e encontros com jornalistas); Monitoramento e Análise (análise de jornais, televisões, rádios e revistas; auditoria de imagem; clipping – jornais e revistas; televisão e rádio); Produção de Conteúdos para Comunicação Interna (projeto editorial para comunicação interna; projeto gráfico; diagramação/editoração de publicações impressas; elaboração de projeto editorial - com diagramação, revisão e ajustes; conteúdo e design para apresentação; produção de conteúdo para projetos editoriais específicos; infográficos estáticos; infográficos dinâmicos e/ou interativos; banco de mídias; seleção e edição de fotos para divulgação jornalística); Prevenção e Gerenciamento de crises (formação de comitês de crise; fluxogramas de processo para atuação em crise; mapeamento de públicos envolvidos na crise; manual de crise; gerenciamento de crises); Atendimento (atendimento de demandas do cliente); Relacionamento com Públicos Estratégicos Diversos (identificação de demandas para mobilização social; campanhas de mobilização social; ativação de canais de comunicação para diálogos com público específico).

PRINCIPAIS EXECUTIVOS DA IN.PACTO COMUNICAÇÃO



Klécio Santos – CEO

Jornalista formado há 25 anos pela Universidade Católica de Pelotas (UCPEL). É pós-graduado em Artes, com especialização em Patrimônio Cultural: Conservação de Artefatos, pela Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Tem Master em Gestão de Empresas de Comunicação, pela Universidade de Navarra/Instituto Internacional de Ciências Sociais. Tem MBA em Gestão Empresarial com Ênfase em Estratégia, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Atuou como repórter e editor em veículos como Diário da Manhã, Diário Popular e Jornal Zero Hora (Grupo RBS). Foi editor-chefe da sucursal e executivo do Grupo RBS/Zero Hora em Brasília. Posteriormente, tornou-se assessor parlamentar. Entre 2016 e 2020, foi coordenador da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) do Ministério do Desenvolvimento Social, que viria a se tornar, nesse período, o Ministério da Cidadania. Experiência em criação de estratégias, gerenciamento de crises, coordenação de equipes, gestão de projetos.

[Handwritten signatures in blue and red ink]



Vitor Fortes – CFO

Profissional com ampla experiência no mundo de gestão e finanças, resultado de mais de 20 anos de atuação em empresas e instituições renomadas nas áreas de suas atividades. Como atividade principal, atua há 2 anos como CFO da in.Pacto Comunicação. Como bagagem profissional, a liderança executiva em gestão por mais de 16 anos na Diretoria Administrativo-Financeira da Informe Comunicação, 8 anos como Consultor Empresarial, 4 anos como Diretor de Relações Institucionais – Setor Público da Abracom, 3 anos como VP do Instituto Brasileiro de Empreendedorismo, Tecnologia e Inovação - IBETI. Acumula, atualmente o cargo de Conselheiro Fiscal da Abracom e a Presidência da Abradi-DF. Especialista em contratos e licitações, atua há mais de 20 anos com clientes privados e públicos de todas as esferas. É bacharel em Administração, pelo Uniceub; tem MBA em Planejamento e Gestão Empresarial, pela Fundação Universa; Formação Executiva em Finanças e Controles Internos, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV); é pós-graduando no MBA em Controladoria, pelo IBMEC.



Danielle Zanchetta – COO

Jornalista há 20 anos, pós-graduada em Gestão da Comunicação nas Organizações. Experiência em jornal, agências de comunicação e assessoria de órgãos públicos, como a Casa Civil. Já exerceu cargos de chefia, atendimento a clientes e coordenação de atividades de comunicação. Foi repórter do Jornal de Brasília e, posteriormente, seguiu carreira na área de comunicação corporativa. Trabalhou para agências que atendiam a clientes como ministérios (da Fazenda, da Integração Nacional e da Cidadania) e Caixa Econômica Federal, além da Funcef. Sua experiência abrange, entre outras atividades, coordenação de equipes, elaboração de propostas, projetos e planos de comunicação, assessoria de imprensa e relacionamento com influenciadores.






Claudia Buono – Diretora de Comunicação Corporativa

Jornalista com sólida experiência em rádio, TV e assessoria de imprensa, gestão e coordenação operacional e de equipes. O início de sua trajetória profissional, que já soma 29 anos, foi na Radiobrás (atual EBC). Paralela à experiência em rádio, desenvolveu carreira também na TV Bandeirantes, onde atuou por 10 anos, chegando a ser Coordenadora de Jornalismo. Em comunicação corporativa, experiência no atendimento a clientes como os ministérios do Desenvolvimento Social, da Justiça, da Educação e dos Transportes; Banco Central; Caixa Econômica Federal; Governo do Maranhão; Conselho Nacional de Justiça (CNJ); ONU Brasil; Fundação do Banco do Brasil (FBB); Sebrae Nacional e Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), entre outros.



Leonardo Dalla - Diretor de Comunicação Digital

Jornalista formado há mais de 15 anos. Pós-graduado em Gestão de Marketing Digital, pós-graduado em Marketing e Redes Sociais e mestrando em Linguística, com pesquisa sobre o uso da linguagem comunicacional para a disseminação de notícias falsas (fake news). Entre os clientes atendidos, os ministérios do Esporte e da Infraestrutura, a Caixa Econômica e o CFQ. Sua experiência abrange gerenciamento de equipes e de projetos; produção de conteúdos multimídia; relacionamento com a imprensa; análise de mídia e auditoria de imagem; análise de BI; monitoramento; produção de relatórios; gerenciamento de crises; comunicação interna; planejamento estratégico; análise de dados (pesquisas e estatísticas) e elaboração de indicadores.

[Handwritten signatures in blue and red ink]

COORDENADOR REGIONAL



Diego Queijo – Coordenador da in.Pacto nas regiões Norte e Nordeste

Jornalista com experiência na área estratégica de comunicação, com produção de artigos, notas, pautas, briefings, análises de mídia e relacionamento com a imprensa. Até recentemente, atuou como produtor de conteúdo multimídia e assessor de imprensa para o Ministério da Cidadania. Trabalhou como repórter, desenvolvedor de produtos freelancer, management de redes sociais e consultor de projetos para clientes diversos. Possui reconhecimentos em prêmios nacionais e internacionais de jornalismo.

ADMINISTRATIVO

Na área administrativa, todos os procedimentos da empresa junto aos clientes são acompanhados por uma equipe de profissionais formados em Administração de Empresas e Contabilidade. A **in.Pacto** também conta com consultores fixos para tratar de questões jurídicas e contábeis.

Maysa Araújo / Gerente Administrativo-Financeira – Larga experiência em gestão administrativa e financeira, com 15 anos de mercado. Já atuou no comércio varejista e no setor de tecnologia. Foi a responsável pela implantação dos departamentos Financeiro, Administrativo e de Recursos Humanos da **in.Pacto Comunicação**. Faz administração de contratos e acompanhamento de licitações.

Patrícia Damaceno / Controller – Graduada em Contabilidade (UDF – Centro Universitário) e Pós-Graduada em Contabilidade e Controladoria (UPIS). Responsável pelos controles contábeis da empresa. É uma profissional com 10 anos de experiência nas áreas Administrativa, Financeira e Contábil.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

O relacionamento da **in.Pacto** com seus clientes sempre se pautou por agilidade, cordialidade e eficiência. E, caso se torne a vencedora desta concorrência, este também será o seu compromisso junto à **Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo (SES-SP)**, que – além de uma equipe específica e altamente qualificada, integrada por profissionais experientes, criativos e



com perfil adequado para executar este contrato com excelência – terá à sua disposição, permanentemente, o corpo executivo da empresa, para encaminhamento e atendimento de todas as questões que fazem parte do relacionamento agência-cliente e que, eventualmente, surjam ao longo do trabalho.

ATENDIMENTO – SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO DE SÃO PAULO

A **in.Pacto** prestará serviços de Assessoria de Imprensa à **Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo**, para atendimento específico das ações, projetos e programas relacionados ao campo funcional da **SES-SP**, conforme as seguintes especificações:

a) Elaboração e desenvolvimento de plano estratégico e operacional de comunicação, a fim de informar de forma eficaz sobre as ações, projetos e programas a que alude o projeto básico do edital. Este plano estratégico e operacional deve conter medidas de curto, médio e longo prazo, com propostas de execução que possibilitem o fornecimento de informação adequada a todos os veículos de comunicação, contemplando a forma e conteúdo da produção de informativos, sejam eles press releases, avisos de pauta, artigos, notas, cartas e outros materiais necessários para sua execução, e contendo ainda as seguintes etapas e especificações:

a.1 – elaboração de relatório diário da execução dos objetivos de comunicação propostos, com descrição do cumprimento de demandas e ações no dia;

a.1.1 – adequação diária desses objetivos em virtude de novos programas e ações ou de novas demandas de comunicação do objeto em epígrafe, relacionados no objeto do presente projeto;

a.1.2 – elaboração de relatório contendo o balanço das atividades e resultados dos últimos 30 (trinta) dias de prestação de serviços, correspondentes ao mês vencido, incluindo eventuais sugestões de adequações necessárias ao plano de comunicação, com apresentação do mesmo até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao vencido, ao gestor do contrato, para conferência e esclarecimentos, em formato/modelo a ser desenvolvido e aprovado de comum acordo entre as partes, para ateste das horas atividade prestadas, até o 15º (décimo quinto) dia útil do mês seguinte ao vencido. Se necessárias eventuais correções, o prazo contar-se-á a partir da entrega do relatório corrigido.

b) Monitoramento diário da exposição dos projetos, ações e programas na mídia – veículos de comunicação, assim considerados os jornais, revistas, TV, rádio e internet, contemplando ainda:

b.1 – avaliação diária, por meio de leitura do conteúdo das matérias jornalísticas publicadas que abordam temas concernentes ao âmbito de atuação elencado no objeto do presente projeto, bem como ferramentas de comunicação disponibilizadas que versem sobre tais ações, programas e

projetos, assim como verificação dos resultados obtidos com a aplicação do plano de comunicação referido no item precedente:

b.1.1 – identificação das matérias que contenham incorreções ou interpretações equivocadas sobre as ações, programas e projetos da Secretaria de Estado da Saúde, que versem sobre o âmbito de atuação especificado no objeto deste projeto, e imediata tomada de ação corretiva junto ao veículo de comunicação, além do acompanhamento da publicação das correções enviadas e seu devido registro no referido veículo de comunicação;

b.1.2 – produção diária de relatório com todas as ações junto aos veículos de comunicação, para ser encaminhado no final do dia e consolidado com outros relatórios semelhantes ao gestor indicado pelo grupo de comunicação da Unidade Contratante;

b.2 – apoio na elaboração de relatórios específicos sobre temas relacionados a ações, projetos e serviços que envolvam o âmbito de atuação delimitado no edital, para servir como ferramenta de suporte às ações de comunicação realizadas junto aos veículos de comunicação, no tocante à divulgação e publicação destes temas, atendendo ao disposto no artigo 37, §1º da Constituição Federal, contemplando ainda as seguintes atribuições e atividades:

b.2.1 – ampla pesquisa de informações e apoio na sua consolidação, com a captação de dados que irão subsidiar a adequada divulgação das ações, programas e serviços relacionados a matéria delimitada no edital.

e) Apoio à Assessoria de Comunicação da Unidade Contratante na produção, gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, incluindo ainda as seguintes atribuições e especificações:

c.1 – alimentação diária do banco de dados desenvolvido pela Assessoria de Comunicação da Unidade Contratante, com informações detalhadas sobre os objetivos, recursos, prazos e resultados dos programas, planos, ações e serviços delimitados no edital;

c.2 – produção de material (releases, avisos de pauta, artigos e notas, entre outros), com informações fundamentadas, além da elaboração de estratégia e ações de divulgação, com acompanhamento dos registros na mídia;

d) Atendimento diário das solicitações dos veículos de comunicação (tais como jornais, revistas, TV, rádio e internet) no âmbito de atuação delimitado no edital, com as seguintes atribuições e especificações:

d.1 – atendimento diário a jornalistas e gerenciamento das informações solicitadas pelos veículos de comunicação; triagem e análise para posterior solução da respectiva demanda com subsídios dos órgãos estaduais que tenham competência sobre os assuntos delimitados no projeto:

d.1.1 – acompanhamento de todo o procedimento necessário até a finalização, com o consequente encaminhamento da resposta fornecida pela Unidade Contratante ao veículo de comunicação solicitante;

d.1.2 – monitoramento da publicação das informações relacionadas ao item precedente, nos veículos de comunicação;

d.1.3 – encaminhamento do material final produzido à área de Comunicação da Unidade Contratante.

d.2 – apoio na seleção e qualificação de porta-vozes e representantes (dentre os servidores públicos estaduais) que irão realizar as atividades de atendimento e esclarecimento às solicitações dos veículos de comunicação, tais como entrevistas ou prestação de esclarecimentos sobre ações, programa e serviços, utilizando sempre critérios técnicos, tais como o tema em pauta e seu enfoque estratégico, dentre outros, incluindo ainda as seguintes especificações e atribuições:

d.2.1 – análise das pautas recebidas dos veículos de comunicação, com posterior direcionamento ao gestor indicado responsável pelos temas em questão;

d.2.2 – apoio e acompanhamento presencial da autoridade representante do órgão cuja competência abranja os assuntos delimitados no objeto do edital, se necessário e solicitado pelo gestor do contrato, nas entrevistas agendadas;

d.2.3 – relatos finais de tais procedimentos deverão ser enviados à Assessoria de Comunicação da Unidade Contratante;

d.3 – avaliação e planejamento estratégico de eventuais contatos e reuniões diretos e personalizados entre os veículos de comunicação e as autoridades do Poder Executivo Estadual definidos de comum acordo com o gestor do contrato, indicado pela área de Comunicação da Unidade Contratante, primeiramente, ou que, num segundo momento, contribuam de forma efetiva para o adequado cumprimento desses serviços, sempre objetivando uma adequada divulgação das ações, projetos e serviços em epígrafe, respeitando-se as obrigações legalmente instituídas de educar e informar à população do Estado, contemplando ainda as seguintes atribuições e especificações:

d.3.1 – levantamento de informações inerentes ao tema em pauta e elaboração de material que será utilizado como ferramenta de apoio ao representante do respectivo assunto.

d.4 – controle do levantamento de informações sobre cada veículo de comunicação, realizado por meio de pesquisas e atividades correlatas, de acordo com modelo definido pela Assessoria de Comunicação da Unidade Contratante.

SERVIÇO	Prazo normal de Atendimento	Atendimento Emergencial
Plano Estratégico de Comunicação	05 a 10 dias úteis	Em crises, no máximo, seis horas
Relatório diário de execução de atividades previstas no Plano Estratégico de Comunicação	Diariamente, até às 20h	Em crises, envio duas vezes ao dia (um pela manhã e outro à noite)
Relatório mensal das atividades executadas pela equipe	Até o quinto dia útil do mês seguinte ao trabalhado	
Monitoramento diário da imagem da exposição da Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo (SES-SP) na mídia	<p>Avaliação diária do conteúdo (clipping), com identificação das matérias que contenham incorreções e/ou interpretações equivocadas sobre as ações da SES-SP, e relatório diário – até às 7h</p> <p>Apoio na elaboração de relatórios específicos sobre temas relacionados a ações, projetos e serviços que envolvam o âmbito de atuação delimitado no edital, para servir como ferramenta de suporte às ações de comunicação. Até 5 dias úteis</p>	Em crises, envio duas vezes ao dia. Diante de fato que agrave a crise, o envio da análise deve ser imediato
Alimentação do banco de dados	Diariamente, até às 20h	
Produção de conteúdo (elaboração de textos)	Até dois dias úteis	Até uma hora, no máximo



SERVIÇO	Prazo normal de Atendimento	Atendimento Emergencial
Levantamento de informações	Até dois dias úteis	Até uma hora, no máximo
Atendimento diário a demandas de veículos	Até 3 horas	Até uma hora
Relatório de atendimento à imprensa	Diariamente, até às 20h	Em crises, envio duas vezes ao dia
Apoio na seleção e qualificação de porta-vozes e representantes que irão realizar as atividades de atendimento e esclarecimento às solicitações dos veículos de comunicação		Em crises, entrega do levantamento em até 2 horas
Avaliação e planejamento estratégico de eventuais contatos e reuniões diretos e personalizados entre os veículos de comunicação e os porta-vozes da SES-SP		Em crises, realizado em até 2 horas
Contatos proativos com veículos	No mínimo, 10 por semana	Em crises, contatos em até uma hora
Convocação de entrevista coletiva	Até 5 dias	Em crises, convocação em até uma hora



SERVIÇO	Prazo normal de Atendimento	Atendimento Emergencial
Controle do levantamento de informações sobre cada veículo de comunicação, realizado por meio de pesquisas e atividades correlatas, de acordo com modelo definido pelo gestor do contrato	Até três vezes por semana	Pelo menos uma vez por dia

DIMENSIONAMENTO DA CAPACIDADE TÉCNICA / ROTINA DE TRABALHO

A partir das informações do quadro acima, a **in.Pacto** prevê o seguinte fluxo de sua equipe para atendimento à **Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo (SES-SP)**: a equipe **in.Pacto** prestará serviços à **SES-SP** que incluem coordenação e assessoria no planejamento da comunicação; produção e gerenciamento de conteúdos para comunicação externa e interna; análise de mídia e cenários, e apoio ao atendimento às demandas dos veículos de comunicação.

Serão colocados à disposição da secretaria 10 profissionais, divididos nas seguintes funções:

- 01 coordenador geral
- 01 supervisor
- 02 assessores de imprensa
- 02 repórteres/produtores de conteúdo
- 02 editores
- 02 analistas

A seguir, a descrição geral das atividades previstas para cada uma das funções delineadas:

- **Coordenador geral** – Será o principal responsável pelo atendimento à SES-SP e interface com a **in.Pacto**. Ele dará apoio à secretaria na coordenação e assessoria no planejamento da comunicação; projetos especiais; análise estratégica de cenários; proposição de temas a serem trabalhados; relacionamento institucional com veículos; gerenciamento de crises.
- **Supervisor** – Profissional responsável pela elaboração e supervisão da execução do Plano Estratégico de Comunicação; pela supervisão da produção de relatórios; pela gestão da equipe e do fluxo de trabalho; pela supervisão da produção de todos os conteúdos; pelo re-