

Agenda 2030:

SP NA LUTA PELOS OBJETIVOS DO MILÊNIO



[Handwritten signature and initials]

São Paulo, 08 de julho de 2021.

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA nº 03/2021

PROCESSO SEGOV-PRC-2021/00751

PROPOSTA TÉCNICA

Fator F Inteligência em Comunicação Ltda

CNPJ 05.527.558/0001-43

Inscrição estadual: isenta

Inscrição municipal: 3.606.963-9

A Fator F Inteligência em Comunicação Ltda tem a honra de apresentar sua proposta técnica para a prestação de serviços de Assessoria de Imprensa. para a Unidade de Comunicação – órgão central do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM) para atendimento específico das ações, projetos e programas relacionados ao campo funcional da Casa Civil do Estado de São Paulo.

Cordialmente,



Rogério Ferreira - Representante Legal

RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94

(11) 98280.3000

roger.ferreira@fatorf.com.br

Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.

CNPJ 05.527.558/0001-43

Fone/WhatsApp (11) 99942.9344

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP),
CEP 04538-110**

05.527.558/0001-43

**Fator F - Inteligência
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141

Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

Handwritten initials and marks:
*
tr
AF
OL

88

SUBQUESITO 1. Raciocínio Básico

O Governo do Estado de São Paulo tem forte compromisso com a Agenda 2030: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Trata-se de um pacto assinado por 193 países-membros das Nações Unidas, dentre eles o Brasil, por ocasião da Cúpula de Desenvolvimento Sustentável, em setembro de 2015, e que tem o Governo do Estado de São Paulo como seu signatário indireto.

Em uma cúpula histórica, realizada no ano de 2015, todos os 193 estados membros da entidade firmaram um ambicioso compromisso que pode mudar o planeta em 15 anos. A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável se constitui em um plano de ação com 17 objetivos e 169 metas, que traduzem o compromisso global para a promoção do desenvolvimento social, econômico e ambiental até 2030. O compromisso internacional estrutura-se a partir dos 5 Ps que sintetizam os 17 ODS: pessoas, planeta, paz, prosperidade e parcerias, que é tratado como tema transversal.

Os 17 ODS são: Erradicação da pobreza; Fome zero e agricultura sustentável; Saúde e bem-estar; Educação de qualidade; Igualdade de gênero; Água limpa e saneamento; Energia limpa e acessível; Trabalho decente e crescimento econômico; Inovação e infraestrutura; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção responsáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida terrestre; Paz, justiça e instituições; e Parcerias e meios de implementação.

Como se verifica, os ODSs tratam de temas que abrangem diversas áreas da ação governamental, além de amplas parcerias com empresas e a sociedade civil, e como tal demandam coordenação que é exercida no âmbito do Governo do Estado de São Paulo pela Casa Civil. A Casa Civil é uma Secretaria de Estado que tem como função assessorar, direta e indiretamente, o governador do Estado de São Paulo no desempenho de suas atribuições, sobretudo no relacionamento com a Assembleia Legislativa e Congresso Nacional, entidades do terceiro setor, da sociedade civil organizada e dos cidadãos que apresentam suas demandas à apreciação do chefe do Executivo e dos diversos órgãos do Estado.

tw
p
af
02

Para fortalecer essa coordenação foi criada em 2018 a Comissão Estadual dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), formada por representantes do setor público, de empresas e da sociedade paulista, que tem por finalidade internalizar, difundir e dar transparência ao processo de implementação da Agenda 2030 no Estado de São Paulo, associando os programas e projetos prioritários do governo aos conceitos dos ODS e suas metas. Os orçamentos e planos de governança paulista, como os Planos Pluri-Anuais, levam em conta os conceitos e objetivos da Agenda 2030 – ODS.

O Governo Federal, infelizmente, não tem a mesma postura em relação ao assunto. O atual governo federal vetou a persecução das metas dos ODS no Plano Plurianual 2020-2023 (Lei nº 13.971, de 27 de dezembro de 2019) e extinguiu por meio do Decreto nº 9.759, de 11 de abril de 2019, a instância de governança dela no Brasil: a Comissão Nacional para os ODS (CNOODS), que estava em pleno funcionamento.

É um fato lamentável, ainda mais porque o Brasil foi um dos protagonistas da aprovação da Agenda 2030: ODS. A sua criação foi iniciada em 2013, seguindo mandato emanado da Conferência Rio+20, realizada no Rio de Janeiro, e o Brasil participou de todas as sessões da negociação intergovernamental que culminaram na sua aprovação. Tendo sediado a primeira Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio 92), bem como a Conferência Rio +20, em 2012, o Brasil tem um papel importante a desempenhar na promoção da Agenda 2030.

Além da Comissão Estadual dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a Casa Civil é composta por três subsecretarias (Assuntos Parlamentares, Assuntos de Governo no Congresso Nacional e de Relações Institucionais), uma assessoria especial do Governo do Estado de São Paulo em Brasília (Agesp), um conselho (Conselho Estadual da Ordem do Ipiranga) e pela Comissão Estadual de São Paulo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Além das funções de articulação política, a Casa Civil possui grande importância administrativa por ser a Secretaria de Estado responsável por articular as atividades de todas as outras em projetos que envolvem abordagem de diversas áreas – como é o caso da Agenda 2030: ODS. Mas a Casa Civil desempenha ainda outras atividades de enorme importância que constituem oportunidades valiosas de comunicação, como os milhares de convênios assinados com

✦
er
OR

prefeituras municipais que transferem bilhões de reais para obras e intervenções de grande importância local, muitas delas com interfaces significativas com a Agenda 2030: ODS. É possível, com base nos convênios, explorar todo o potencial da comunicação regional e descentralizada, como será exposto no Plano de Comunicação apresentado a seguir.

A comunicação é um insumo essencial para a concretização da Agenda 2030 – ODS. Os ODS só serão realizados mediante um compromisso renovado de cooperação entre a comunidade internacional e uma parceria global ampla que inclua todos os setores interessados e as pessoas afetadas pelos processos de desenvolvimento. Os meios de implementação e as parcerias para o desenvolvimento sustentável são vitais para o crescimento sustentado e para o desenvolvimento sustentável das nações. A comunicação, nesse processo, é fundamental para mobilizar as pessoas, empresas e agentes públicos, criando e fortalecendo na opinião pública a consciência e o engajamento necessários.

Uma pesquisa do Ibope apontou que 38% dos brasileiros já ouviram falar sobre o assunto, mas não sabem dizer ao certo o que são os ODS e o motivo da sua criação.¹ Apenas 1% dos entrevistados disseram saber o bastante sobre o assunto. Os números indicam a extrema necessidade de implementar um Plano de Comunicação para aumentar o conhecimento e o engajamento das pessoas em relação ao assunto.

As inovações brasileiras em termos de políticas públicas são vistas como contribuições para a integração das dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável. Nesse contexto, o Estado de São Paulo se destaca por ser a base dos principais polos econômicos e tecnológicos do Brasil.

Faz-se necessário, portanto, a formulação e execução de um Plano de Comunicação que crie consciência e mobilização em torno da Agenda 2030: ODS, destacando a prioridade dada ao assunto pelo Governo de São Paulo e a contribuição que o Estado dá à busca das metas. O conceito que deve organizar a comunicação é:

Agenda 2030: SP na luta pelos objetivos do milênio

¹ Estudo revela que 49% dos brasileiros não sabem o que são Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, in <https://bit.ly/3dKpWMP>



SUBQUESITO 2 – Plano de Ação - Estratégia de relacionamento com a mídia

A Fator F Inteligência em Comunicação valoriza as formulações estratégicas pois entende que são elas que garantem efetividade ao Plano de Ação e, conseqüentemente, a obtenção de bons resultados. A partir de uma estratégia bem concebida todas as ações de comunicação se desdobram com naturalidade e unidade, reforçando-se reciprocamente em benefício dos objetivos definidos. A agência entende, nesse sentido, que a estratégia deve se diferenciar claramente das ações voltadas para a mídia e materiais a serem produzidos, que serão apresentados nos seus respectivos lugares.

A Fator F Inteligência em Comunicação acredita que atender à Casa Civil do Governo do Estado de São Paulo em suas necessidades de assessoria de comunicação e de imprensa exige da agência abordagem especial, diferenciada em relação aos serviços prestados em contas privadas. É necessário um conhecimento profundo do significado da comunicação pública, suas várias dimensões e seu caráter de disseminação de informações e valores de real interesse da comunidade. A experiência dos profissionais em comunicação pública torna-se essencial. A essa expertise em comunicação pública deve necessariamente ser agregado o domínio das melhores práticas de relações públicas e a capacidade de atualização permanente.

O trabalho para o Poder Público é oportunidade extraordinária de usar os recursos de comunicação para a disseminação de boas práticas e na transformação de valores, posturas e culturas. Em síntese: é comunicação a serviço do desenvolvimento da cidadania. Nela, o Poder Público utiliza o que é o seu maior ativo: a legitimidade da representação popular e a capacidade para mobilizar a sociedade. A partir dos estímulos corretos, ou seja, das boas ideias, cabe agregar a melhor técnica de comunicação possível.

A Fator F acredita em comunicação integrada unindo todas as plataformas a partir dos objetivos, das necessidades e das ideias do cliente. Todos os recursos de comunicação devem ser convergentes e sinérgicos em relação aos objetivos definidos. A começar da agenda do Sr. Governador e do Sr. Secretário da Casa Civil, e passando por ações de relações públicas, eventos planejados para a mídia, iniciativas de marketing e comunicação digital e tantas outras quantas se fizerem necessárias.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized signature and the initials "AF" and "OS".

No presente exercício, os objetivos do Plano de Ação podem ser definidos em torno de três públicos-alvos:

- ✓ i. Entidades públicas e privadas, inclusive empresas e Organizações Não-Governamentais (ONGs), ligadas diretamente aos temas da Agenda 2030: ODS, ou com grande potencial de vinculação a ela;
- ✓ ii. O conjunto dos cidadãos paulistas;
- ✓ iii. Toda a sociedade brasileira e também a comunidade internacional vinculada ao tema da Agenda 2030: ODS.

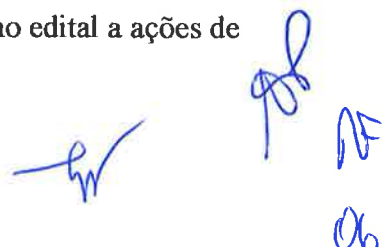
A cada um desses públicos-alvos devem ser direcionadas mensagens específicas do seu interesse, que podem ser resumidas da seguinte forma:

- ✓ Aos ativistas e entidades públicas e privadas, inclusive empresas e Organizações Não-Governamentais (ONGs), ligadas diretamente aos temas da Agenda 2030: ODS, ou com grande potencial de vinculação a ela, devem ser dirigidas mensagens com balanços, iniciativas e ações do Governo do Estado, sob a coordenação da Casa Civil, prestando contas e informando dos esforços para a plena realização da Agenda 2030: ODS no âmbito do Estado.
- ✓ Ao conjunto dos cidadãos paulistas devem ser direcionadas mensagens com o objetivo de criar consciência e engajamento em relação à Agenda 2030: ODS e informar os esforços feitos pelo Governo do Estado, sob a coordenação da Casa Civil, para cumprir os objetivos colocados;
- ✓ Ao conjunto dos brasileiros e à comunidade internacional devem ser dirigidas mensagens informando a prioridade dada ao tema pelo Governo do Estado e os esforços feitos sob a coordenação da Casa Civil para cumprir os objetivos colocados.

Como já exposto no Raciocínio Básico, o que se buscará é construir e fortalecer a seguinte percepção junto aos públicos definidos para a campanha:

Agenda 2030: SP na luta pelos objetivos do milênio.

O recurso definido no edital para a busca desses resultados é a assessoria de imprensa. A Fator F entende por imprensa o conjunto de veículos e comunicadores que atuam tanto no âmbito *off-line* (em impressos, rádios e TVs) como também *online* (portais de notícias, redes sociais de veículos e/ou comunicadores e influenciadores digitais). Não há referência no edital a ações de



comunicação digital, e por esse fato a proposta da Fator F se limita ao planejamento de ações de assessoria de imprensa, o que inclui naturalmente o relacionamento com jornalistas e comunicadores que atuam nos ambientes digitais.

Apesar de limitar este Plano de Ação ao escopo definido no Edital, durante a execução contratual a Fator F vai propor à Unidade de Comunicação, na qualidade de órgão central do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM), ações de comunicação digital e de outras áreas que entender oportunas para alcançar os objetivos de comunicação definidos. A agência entende que um plano de comunicação eficiente deve buscar o alinhamento de técnicas de comunicação tradicionais (como assessoria de imprensa e marketing) e digitais (como sites, redes sociais e aplicativos), e também ações de marketing e propaganda, todas integradas no âmbito uma estratégia *crossmedia* na qual os canais de comunicação fortalecem-se reciprocamente, distribuindo conteúdos por plataformas *online* e *off-line*.

O foco da estratégia de comunicação é a ação junto à mídia, cujos detalhes serão apresentados no “Subquestito 3 - Ações a serem desenvolvidas junto à mídia”, no qual serão apresentadas ideias e abordagens para transformar em notícia o notável trabalho da Casa Civil do Governo do Estado de São Paulo no que se refere à Agenda 2030: ODS, enfatizando sua dimensão humana e social. Mas a Fator F entende que não pode deixar apresentar sugestões de ações complementares que são essenciais para o sucesso da comunicação que se deseja, tais como:

- ✓ Criação de grupos de redes sociais (ou rede social específica) com o públicos-alvos i, ou seja, ativistas e entidades públicas e privadas, inclusive empresas e Organizações Não-Governamentais (ONGs), ligadas diretamente aos temas da Agenda 2030: ODS, ou com grande potencial de vinculação, permitindo comunicação direta e nos dois sentidos, levando informação e orientação e recebendo o feed-backs;
- ✓ Ações de propaganda dirigidas ao público ii, ou seja, ao conjunto da população paulista, reforçando o argumento da campanha de mídia ao enfatizar que a Casa Civil do Governo do Estado de São Paulo atua na coordenação de um grande esforço público e privado para o cumprimento da Agenda 2030: ODS.
- ✓ Ações de relações públicas e de assessoria de imprensa destinados aos público iii, ou seja, toda a sociedade brasileira e também a comunidade internacional vinculada ao tema, divulgando o compromisso do Governo do Estado em relação às metas assumidas na Agenda 2030: ODS

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the number 07.

Dois outros aspectos são essenciais na estratégia de comunicação: o esforço para a geração de uma agenda positiva e a prevenção e o gerenciamento de crises.

É comum equipes de assessoria de imprensa caírem na rotina do atendimento passivo das demandas e, dessa forma, abrirem mão do que é a sua principal obrigação e maior valor estratégico: identificar, dentre as atividades do cliente, todos os fatos passíveis de serem transformados em notícias boas, ou seja, a sua agenda positiva. A Fator F entende que é essencial priorizar a agenda positiva do cliente e dedica profissionais e sistemáticas específicas de trabalho para que haja ampla produção de material de divulgação na forma de textos, notas, fotos, vídeos, personagens, artigos e demais modalidades de conteúdo, sempre à disposição para a oferta a jornalistas e veículos *online* e *off-line*.

Já a prevenção e o enfrentamento de crises é parte do esforço permanente da gestão da comunicação pública. Os profissionais da Fator F têm experiência nesse tipo de trabalho. A agência vai oferecer à Secretaria da Casa Civil um Manual de Crise com as melhores práticas, confirmadas pela experiência da empresa, na prevenção e no enfrentamento de riscos de imagem.

SUBQUESITO 3 – Plano de Ação - Ações a serem desenvolvidas junto à mídia

A estratégia apresentada será desdobrada em ações dirigidas à mídia com o objetivo de conquistar espaços editoriais e, dessa forma, levar informação aos comunicadores que atuam no tema do exercício criativo e também ao conjunto da sociedade sobre a atuação institucional da Secretaria. As ações são as que seguem:

- i. **Realização de seminário sobre a Agenda 2030: ODS** – A Casa Civil deve organizar um seminário sobre o tema com a participação das maiores autoridades no assunto, se possível com representantes internacionais, e também com estudiosos do tema. O evento vai discutir os procedimentos e iniciativas adotados pelo Governo do Estado, por meio da coordenação da Casa Civil, e mostrar casos concretos de intervenção em cada um dos 17 ODSs. O seminário deve contar com a participação do Secretário da Casa Civil e se possível do Governador do Estado, que concederão entrevistas sobre o assunto.
- ii. **Formulação de um calendário de eventos e pautas** - Deve ser organizado, a partir dos temas apresentados, um calendário de eventos e pautas com a maior frequência possível

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the number '08'.

para manter os projetos e ações da Casa Civil relativas à Agenda 2030: ODS em evidência na mídia. A assessoria de imprensa deve zelar pelo cumprimento do plano e elaborar relatórios com métricas dos resultados obtidos.

- iii. **Entrevistas coletivas para o lançamento de obras, programas e intervenções** – Os anúncios de novas obras, programas e intervenções que tenham interface com a Agenda 2030: ODS devem ser acompanhados de entrevistas coletivas no âmbito geográfico da intervenção, com a participação do Secretário da Casa Civil e se possível do Governador do Estado. Todos os contatos devem ser à distância enquanto houver a pandemia do Coronavírus, em metodologia já desenvolvida com sucesso pela UC da SECOM, pois o Governo de São Paulo e seus órgãos devem seguir dando o exemplo na questão do distanciamento social necessário em decorrência da pandemia. Materiais especiais devem ser preparados e enviados aos jornalistas nessas ocasiões.
- iv. **Busca ativa de contatos com jornalistas do segmento.** Serão identificados jornalistas, comunicadores e veículos, nos âmbitos *off-line* e *online*, com interesse nos temas apresentados, e todos serão abordados e convidados para as conversas e entrevistas com o Secretário da Casa Civil e/ou porta-voz habilitado, para apresentar as intervenções, ações e programas vinculados à Agenda 2030: ODS, assim como ao balanço dos resultados alcançados. Materiais especiais devem ser preparados e enviados aos jornalistas nessas ocasiões. A partir desse contato vai ser formado e consolidado um *mailing* com comunicadores a ser constantemente atualizado.
- v. **Regionalização.** Contatos semelhantes devem ser realizados em cada uma das 17 regiões do Estado tratando das especificidades de cada local e das obras, programas e intervenções ali realizadas, com a oferta para a mídia das fontes de informação disponíveis. Como afirmado no Raciocínio Básico, os convênios assinados pela Casa Civil com as prefeituras municipais são especialmente importantes pelo potencial de serem transformados em notícias regionais. A experiência da Fator F indica que há grande aceitação por parte da mídia regional quando há dados e informações devidamente customizados e de interesse local.
- vi. **Municipalização.** Aprofundando ainda mais, devem ser produzidos dados municipais sobre a ação da Casa Civil do Governo do Estado de São Paulo. O objetivo é mobilizar a mídia local, ou seja, jornais locais, rádios comunitárias, comunicadores e influenciadores digitais locais.

- vii. Preparação de porta-vozes e pontos de fala** – O Secretário da Casa Civil e outras fontes serão treinados com perguntas e respostas e receberão pontos de fala para enfatizar as mensagens-chaves que se quer transmitir, e da mesma forma responder eventuais perguntas críticas. Os pontos centrais a serem enfatizados são os conceitos derivados das formulações apresentadas na Estratégia de Relacionamento com a Mídia, ou seja, o Governo do Estado de São Paulo, por meio da coordenação da Casa Civil, comprometida com o cumprimento das metas estipuladas na Agenda 2030: ODS. Será necessário preparar diversas fontes para atender o conjunto da mídia estadual da melhor forma possível.
- viii. Entrevistas exclusivas** – Serão oferecidas entrevistas exclusivas das fontes da Casa Civil do Governo de São Paulo a jornais, TVs, rádios, portais e comunicadores que queiram tratar dos assuntos apresentados, em especial em veículos como os telejornais matinais, além de jornais diários e portais de notícias.
- ix. Visitas virtuais a veículos e redações** – Será organizado um cronograma de visitas das fontes da Casa Civil a veículos de comunicação. Em respeito ao distanciamento social, durante a pandemia, essas visitas devem ser virtuais, realizada por meio de aplicativos de reuniões, o que agrega uma novidade aos eventos e ainda gera imagens para os veículos divulgarem em suas plataformas. Nessas ocasiões, deve-se agendar conversas tanto com as direções dos veículos como com os jornalistas das redações, e devem ser fornecidos kits de mídia com informações.
- x. Encontros virtuais com influenciadores** – A Assessoria de Comunicação vai organizar encontros virtuais das fontes da Secretaria da Casa Civil com comunicadores interessados nos temas da Agenda 2030: ODS e também com influenciadores digitais que aceitem falar da importância da Agenda 2030: ODS.
- xi. Produção de banco de pautas** - Serão produzidas pautas com aspectos midiáticos dos projetos e ações com personagens, boas práticas, estatísticas, imagens, curiosidades, enfim, tudo que seja de interesse jornalístico. Essas pautas serão oferecidas a jornalistas e influenciadores de telejornais, revistas, rádios e canais na internet. Os assessores da Fator F farão reuniões diárias para criar novas pautas, que deverão ser regionalizadas sempre que possível.
- xii. Eventos de balanço** – Periodicamente devem ser organizados eventos virtuais, acompanhados de entrevistas coletivas, obedecendo as regras sanitárias, nos quais sejam feitos balanços e avaliações sobre as ações desenvolvidas nas diversas iniciativas da Secretaria na busca das metas definidas na Agenda 2030: ODS.

tw

98

- xiii. Produção de releases e kits de mídia** para os eventos, visitas virtuais a redações e contatos com influenciadores. Esse kit deve conter textos, estatísticas e materiais com *QR Codes* que remeterão para a área de divulgação do portal da Secretaria da Casa Civil.
- xiv. Produção de materiais multimídia** – Serão produzidos vídeos, fotos, textos e materiais que tratem das diversas ações. Esse material vai incluir depoimentos, a apresentação de boas práticas e outras informações de interesse de veículos e comunicadores. A área de divulgação estará acessível por *QR-Code* que vai compor os materiais impressos a serem entregues nas interações das fontes da Secretaria com os comunicadores e também nos canais digitais proprietários da agência.
- xv. Envios por WhatsApp e Telegram** - Os comunicadores identificados serão organizados em listas de WhatsApp e Telegram para receberem atualizações periódicas.
- xvi. Monitoramento em tempo real** – Um sistema *online* de monitoramento vai captar e processar conteúdos informativos em plataformas digitais e produzir alertas sempre que uma dessas situações ocorrer: publicações com mais de 100 compartilhamentos, ou mais de 100 comentários, ou feitos por canais com mais de cinco milhões de seguidores (e há vários canais de mídia e de jornalistas com essa característica). Interações devem ser feitas com o veículo e/ou comunicador sempre que a informação precisar de reparo ou complemento ou representar oportunidade positiva de divulgação.
- xvii. Identificação de apoiadores** – Serão identificados comunicadores com opiniões semelhantes às da Secretaria e que possam multiplicar as mensagens das comunicações de interesse público.
- xviii. Produção de artigos** – A serem assinados pelo Secretário ou por outras autoridades estaduais com as mensagens da comunicação.
- xix. Produção de estatísticas** – A mídia abre espaços a indicadores. A Fator F vai auxiliar a Secretaria e a UC na produção de estatísticas que revelem o avanço das ações e seus resultados. Nesse sentido, é fundamental ter constantemente atualizado um painel com a situação de cada um dos 17 ODSs no âmbito do Estado de São Paulo
- xx. Uso de pontos de prestação de serviços do GESP** – Cartazes devem ser produzidos e fixados nos pontos de atendimento das diversas secretarias e órgãos do Governo divulgando mensagens sobre a Agenda 2030: ODS..
- xxi. Circuitos internos de TVs e outras mídias do GESP** – As mídias proprietárias do Governo também devem ser mobilizadas para a promoção da comunicação, e para isso devem ser produzidos vídeos e materiais adequados aos diversos formatos. Em especial,

no caso da Secretaria, podem ser utilizados os painéis das rodovias e toda a sinalização admitida ao longo das estradas estaduais.

SUBQUESITO 4 – Plano de Ação - Materiais a serem produzidos

- i. Livro Branco sobre a Agenda 2030: ODS** – Trata-se de documento interno voltado para o registro de informações e unificação do discurso institucional. Conterá mensagens-chave de cada fase da comunicação, inventários sobre as boas práticas, perguntas e respostas, pontos de fala, informações das séries históricas e outras, a ser permanentemente atualizado. Estará disponível em ambiente digital protegido por senha para acesso das pessoas selecionadas.
- ii. Releases e press kits** - A cada coletiva/evento e/ou encontro de fonte da Secretaria com comunicador será preparado *press-kit* específico com release, notas, material visual e *QR Code* remetendo para material multimídia a ser publicado no portal.
- iii. Perfil de veículo e comunicador** – A fonte da Secretaria vai receber, antes de cada interação, informações sobre o perfil do veículo e do comunicador com quem vai dialogar com o objetivo de que as informações prestadas sejam devidamente compreendidas.
- iv. Sala de imprensa** – Será criado um ambiente digital atualizado diariamente com releases, notas, fotos, vídeos, áudios e informações sobre os avanços dos trabalhos da agência no apoio às empresas e aos municípios paulistas.
- v. Banco de Pautas** – Diariamente os assessores da Fator F farão reuniões específicas para criar novas pautas, que deverão ser municipalizadas sempre que possível. Essas ideias devem ser pré-produzidas e oferecidas aos jornalistas e veículos de acordo com o interesse e perfil de cada um.
- vi. Mapa de veículos, jornalistas e influenciadores** – Identificação de veículos, jornalistas e influenciadores digitais interessados no tema.
- vii. Mapa de fontes** – Identificação de todas as fontes no âmbito da Secretaria que podem ser mobilizadas para interações com a mídia.
- viii. Artigos de opinião** – Produção de artigos a serem assinados por autoridades estaduais sobre as atividades da Secretaria.
- ix. Conteúdos multimídia** – A assessoria de comunicação vai produzir textos, fotos, áudios, vídeos, artes, *cards*, infográficos e outros conteúdos para apoiar o trabalho de jornalistas e comunicadores que atuam em portais e/ou redes sociais de caráter noticioso.

tv ✓

gf

12

- x. **Monitoramento em tempo real e geração de Alertas** – Serão produzidos alertas sempre que um conteúdo informativo nas redes sociais atingir mais de 100 compartilhamentos, 100 comentários ou feito em canal com mais de cinco milhões de seguidores.
- xi. **Newsletters** – Produção de conteúdo e *layout* de envios para *mailings* específicos com informações sobre os trabalhos da Secretaria para os públicos externo e interno.
- xii. **Vídeos, mensagens, cartazes e folhetos** – Materiais adequados a cada formato serão produzidos para veiculação nas unidades da Secretaria; circuitos internos de TV de órgãos estaduais; e outras mídias proprietárias do Governo do Estado, como os painéis ao longo das rodovias estaduais.
- xiii. **Relatórios diários, semanais e mensais** – Com avaliação de desempenho das diversas atividades de comunicação da assessoria da Secretaria.

✖

✓

DF

13

SUBQUESITO 5 – Oportunidades de Mídia Positiva

1 – Mostrar a dimensão humana da Agenda 2030: ODS

Transformar a Agenda 2030: ODS em pauta frequente de comunicação vai reforçar para o Governo do Estado e sua Casa Civil o atributo de humanidade e sensibilidade que agrega muito valor à imagem institucional. Por trás das metas há pessoas sendo beneficiadas, e a comunicação da Agenda 2030: ODS vai permitir identificar personagens beneficiados diretamente pelas ações coordenadas pela Casa Civil, pessoas que muitas vezes saíram de situações de grande vulnerabilidade para ter oportunidades de inserção social e geração de renda. Dessa forma, a dimensão humana das intervenções fica evidenciada ainda mais.

Esse ganho de imagem será significativo para a Casa Civil e também para o Governo do Estado, que reafirma a prioridade para as pessoas e para todos os aspectos humanos de seus programas e ações.

2 – Governo comprometido com a agenda internacional

Ao enfatizar a comunicação da Agenda 2030: ODS o Governo do Estado, por meio da Casa Civil, mostra que está vinculado às diretrizes internacionais definidas após amplo debate em instituições multilaterais, como a Organização para as Nações Unidas (ONU). Esse fato agrega um valor à sua imagem em torno de mostrar um governo articulado, atento às principais deliberações no nível mundial, agindo em parceria e sinergia num amplo movimento internacional para colocar a humanidade num novo patamar de qualidade de vida e dignidade. Ao destacar esse atributo, o Governo de São Paulo se diferencia da postura unilateral que infelizmente é adotada pelo Governo Federal, que é incoerente com o papel desempenhado pelo Brasil na construção da Agenda 2030: ODS.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the number '14'.

3 – Criar painel com ações e resultados obtidos em cada meta

Jornalistas e veículos abrem amplos espaços a estatísticas e dados inéditos. A produção e atualização sistemáticas de um painel com ações e resultados relativos a cada um dos objetivos e metas da Agenda 2030 vai proporcionar inúmeras pautas e oportunidades de geração de notícias. Uma das formas de potencializar essa fonte de notícias positivas é prever uma periodicidade de anúncio dos resultados, e a cada ocasião realizar entrevistas coletivas e exclusivas expondo o andamento dos indicadores e eventuais reforços e ajustes adotados nos esforços para o cumprimento das metas.

*
✓
gr
15

SUBQUESITO 6 – Identificação de Riscos de Imagem

1 – A Agenda 2030: ODS pode ser entendida como burocracia desnecessária

Como os temas dos objetivos e metas da Agenda 2030: ODS já estão presentes em qualquer escopo de ação governamental, pode haver o entendimento que a sua formulação é uma burocracia desnecessária, algo como um modismo. A assessoria de imprensa deve realizar um esforço para explicar aos comunicadores que a organização dos problemas numa métrica internacional é um poderoso estímulo para que a situação melhore em todo o planeta. Formas de governança mundial são sempre positivas e ajudam na promoção de políticas públicas que beneficiem o maior número de pessoas possível.

2 – A evolução dos indicadores pode ocorrer muito devagar

Como se trata de processos de longo prazo, a evolução de alguns indicadores pode ocorrer de forma muito lenta. O importante, nesse caso, é a assessoria de imprensa enfatizar o conjunto dos esforços públicos para que cada um dos objetivos e metas da Agenda 2030: ODS seja atingida da melhor forma possível, pois esse é um compromisso do Governo de São Paulo.

3 – Conflitos entre as ações das secretarias e a Casa Civil

Como as ações concretas relativas à Agenda 2030: ODS estão sob a competência das diversas secretarias de Estado, cabendo à Casa Civil o papel de coordenação dos programas públicos e sua articulação com a sociedade civil e a iniciativa privada, pode haver conflitos entre as secretarias e a Casa Civil. Jornalistas podem entender que as ações governamentais estão vinculadas apenas às secretarias específicas, e não à Agenda 2030: ODS. Será necessário um esforço da assessoria de imprensa pra demonstrar que a lógica da Agenda 2030: ODS está presente em todo o planejamento governamental de forma transversal, e com isso o Governo do Estado possui maior controle dos objetivos que estão sendo buscados na melhoria da vida das pessoas e no sucesso em relação às metas da Agenda 2030: ODS.

✖

✓

p

p

16

8 de janeiro de 2021

Auditoria: 11 matérias

Análise

Essa data foi escolhida para ser analisada por se tratar do dia do anúncio do Governo de São Paulo de novas medidas restritivas relacionadas à pandemia de Coronavírus. O Estado reclassificou algumas regiões do Estado. Anunciaram uma mudança nas regras e a reclassificação de regiões do Plano São Paulo para controle da pandemia e liberação de atividades econômicas não essenciais. Também anunciaram a ampliação de expediente e do tipo de estabelecimentos liberados nas fases amarela e laranja, mas recomendou expressamente que a população evitasse circular à noite, após o fechamento do comércio.

Das 11 matérias analisadas, essa auditoria considerou todas neutras para o Governo de São Paulo. Apenas uma não citou o Estado e nenhum de seus órgãos.

Na avaliação, todas foram consideradas neutras porque a versão oficial estadual predominou em todas elas. Na verdade, foi a única versão apresentada na maioria. Todas elas - com exceção de duas - usaram aspas de secretários de Estado e do governador. Não entrevistaram possíveis atingidos pelas novas restrições, nem qualquer entrevistado que questionasse a conduta de São Paulo.

Em uma das matérias, a mais crítica à pandemia, que saiu no Correio de Campinas, tanto no online, quanto no impresso, que critica a conduta do Governo Federal, sobre a conduta paulista reforça que “nas festas de fim de ano, o governo paulista determinou que cidades mantivessem só atividades essenciais, mas parte das cidades não cumpriu a medida”. Ou seja, mostrou que algumas coisas não tem como o governo controlar mesmo.

Além disso, todas as publicações deram a impressão de que o governo estava sendo responsável: “O governo paulista prometeu uma nova reclassificação do Plano SP para 5 de fevereiro, com possibilidade de rebaixamento de regiões a qualquer momento, caso haja piora nos quadros.”

A secretária de Desenvolvimento do Estado, Patrícia Ellen e o secretário da Saúde, Jean Gorinchteyn foram fontes em várias delas. “A secretária de Desenvolvimento do Estado, Patrícia Ellen, disse que as novas medidas técnicas servem para melhorar o combate à pandemia. O modelo adotado pelo Governo de SP vem sendo “copiado” por outros países, inclusive Nova York.” “A pandemia infelizmente recrudescer. Por culpa de poucos que não respeitaram normas sanitárias e orientações da Saúde. Pessoas que se aglomeraram, não usaram

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the number '17'.

máscara, festejaram de forma irresponsável e colocaram familiares e amigos em risco. A maioria da população colabora para o controle da pandemia", afirmou o secretário estadual. O coordenador-executivo do Centro de Contingência contra a covid-19, João Gabbardo, também teve espaço: "Aprendemos que problema não são ambientes controlados, o aumento da transmissibilidade ocorre nos bares, no lazer noturno, nas atividades que ocorrem à noite, nas baladas, festas, comemorações - e é nesse ponto que plano mudou consideravelmente", explicou o coordenador-executivo do Centro de Contingência contra a covid-19, João Gabbardo.

Pontos positivos

É possível perceber que a repercussão girou em torno na coletiva de imprensa promovida pelo Governo de São Paulo. Essa auditoria avalia que essas entrevistas regulares ajudam a construir o discurso que o Estado quer passar via imprensa.

Riscos à imagem

Não há.

Ações da assessoria de imprensa

- A assessoria poderia promover a distribuição de cartilha virtual com dados de saúde sobre como a transmissibilidade aumenta em locais fechados, com exemplos de outros lugares do mundo que adotaram a mesma medida.
- Sempre um dia antes de anunciar novas medidas, a assessoria poderia tentar emplacar artigos de autoridades estaduais que corroborem com as condutas que serão adotadas

9 de janeiro de 2021

Auditoria: 4 matérias

Análise

O dia foi escolhido para análise por se tratar da data seguinte a anúncios relativos ao Plano São Paulo, já descritos acima. Todas as matérias clipadas nesse dia foram neutras. Isso porque apenas descreveram as medidas do Plano SP sem contestá-las ou reclamar de medidas anteriores.

Em Jundiaí, por exemplo, que permaneceu na fase amarela, uma matéria entrevistou inclusive Edison Maltoni, presidente do Sincomércio, e a fala dele é apenas positiva, de quem vê boas perspectivas “a abertura em horário estendido após as festas de final de ano representa uma boa oportunidade para os lojistas apostarem nas tradicionais liquidações realizadas no mês de janeiro”.

Apenas uma das matérias, a mais expressiva delas - já que é uma veiculada na TV Globo, no SPTV - apresentou uma tendência negativa. A matéria reforçou que a pandemia estava se agravando no Estado de São Paulo e de certa maneira o apresentador Alan Severiano colocou em questão se as medidas que o governo paulista tomou eram de fato suficientes. O infectologista e professor da Santa Casa de São Paulo, Marcos Aurélio Sáfadi, foi entrevistado. A ele, o apresentador perguntou como via o afrouxamento da fase laranja do Plano SP e se fazia sentido. O tom usado pelo apresentador deixou claro uma certa indignação. O médico tomou um certo cuidado em não criticar o governo, mas alertou que não se pode correr o risco de não oferecer obstáculos ao crescimento de casos de covid-19.

Um outro ponto negativo desse dia é que nenhuma das fontes oficiais do Governo de São Paulo estiveram nas matérias. As falas da tradicional coletiva paulista não entraram.

Pontos positivos

As matérias descreveram as mudanças no Plano SP e suas reclassificações. Uma das matérias, a que saiu no Jornal Periscópio de Itu, é sobre o plano de imunização do Estado - e está bem positiva, nossa análise não é sobre esse tema, mas no texto, uma das aspas do prefeito de Itu, Guilherme Gazzola, também mostra as medidas tomadas até então ao longo da pandemia, de maneira positiva, com adesão. O município aderiu todas as fases do Plano São Paulo, atuando com rigor na fiscalização e na conscientização sobre a importância das medidas restritivas. Acreditamos na vacina, não somos negacionistas. Sempre

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom right of the page.

buscamos não politizar essa questão, que é uma preocupação de ordem técnica, relacionada à saúde pública.

Riscos à imagem

Não há.

Ações da assessoria de imprensa

- A assessoria de imprensa poderia produzir diversos vídeos e áudios de declarações de autoridades como secretários e epidemiologistas do Centro de Contingência do Coronavírus reforçando que a pandemia só será de fato controlada com a vacinação, que estava em vias de começar, mas que até lá seria feito um acompanhamento rigoroso dos indicadores da doença para conciliar a abertura segura da economia com o combate à doença.
- Com a medida acima, o objetivo seria ocupar espaço na mídia com a versão oficial mesmo que já tenha sido abordada na coletiva do dia anterior.

A.

tr
908 AF
20

15 de janeiro de 2021

Auditoria: 24 matérias

Esse dia foi escolhido para ser analisado porque foi nessa data que o Governo de São Paulo colocou a região de Marília na fase vermelha e outras 10 na etapa laranja do Plano SP. De acordo com o Estado, foi o aumento de casos, internações e mortes que exigiu restrições de atividades não essenciais. Apesar das medidas bem restritivas anunciadas - 62 municípios do DRS (Departamento Regional de Saúde) de Marília só podem permitir o funcionamento de atividades essenciais como farmácias, mercados, padarias, lojas de conveniência, bancas de jornal, postos de combustíveis, lavanderias e hotelaria. Comércio e serviços não essenciais só podem atender em esquema de retirada na porta, drive-thru e entregas por telefone ou aplicativos - o noticiário foi considerado neutro. A maioria das matérias apresentou apenas a versão oficial, com ampla divulgação da coletiva de imprensa que falou sobre os novos passos. Uma única matéria foi considerada levemente negativa, foi um texto do Diário do Grande ABC - que repercutiu também em outro veículo da região - que tratou sobre a economia relacionando os problemas econômicos em parte às medidas restritivas e citou o Governo de São Paulo: "Além de os olhares dos investidores ficarem atentos especialmente a Manaus, o governo paulista também deve anunciar novas medidas de restrição social para conter a pandemia de coronavírus. Isso tende a ter impacto negativo sobre ações de setores ligados principalmente a serviços, turismo e nas aéreas, diante de um quadro que não anima".

Os textos, no geral, continuam trazendo as falas das coletivas não tecem nenhum elogio às medidas, mas destacam boas falas oficiais. Aqui um exemplo de uma matéria da Rádio 94FM, de Bauru, que destacou uma fala do Governador João Doria: "É uma medida preventiva e extremamente necessária para proteger vidas. Aqui há indicação clara de que a pandemia acentuou. Temos que tomar medidas de cautela, prevenção, para proteger vidas. É importante que tenham consciência disso: a situação vem se agravando a cada semana". No jornal O Regional, de Cosmópolis, outra aspas responsável do Governador "É uma medida preventiva e extremamente necessária para proteger vidas. Aqui há indicação clara de que a pandemia acentuou. Temos que tomar medidas de cautela, prevenção, para proteger vidas. É importante que tenham consciência disso: a situação vem se agravando a cada semana". Um outro bom exemplo de como as medidas mais duras foram neutralizadas, é essa aspa escolhida por uma matéria do portal Campinas.com.br: "O secretário de Desenvolvimento Regional, Marco Vinholi, informou durante a coletiva que o estado vai aumentar a disponibilidade de leitos em

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the number '21'.

Campinas, provavelmente no AME (Ambulatório Médico de Especialidades), e também na região, nas cidades de Sumaré e Jundiaí”.

Pontos positivos

De modo sistemático, a forma como as informações têm sido distribuídas para a imprensa tem sido eficiente. Basta ver que em mais um dia, as aspás da tradicional coletiva foram amplamente utilizadas em todo o noticiário. O ponto positivo é que chega às pessoas a versão que o Governo de São Paulo quer emplacar. Quando as matérias defendem que os cuidados precisam ser levados a sério, na maioria das vezes, isso fica de maneira positiva para o Governo. Por exemplo, após falar das novas restrições, a âncora da Globo fechou a matéria dizendo: “não dá pra relaxar mesmo nas medidas de proteção!”. É um comentário que corrobora com a conduta de São Paulo.

Riscos à imagem

Não há

Ações da assessoria de imprensa

- Para que as medidas tivessem repercutido bem positivamente, a assessoria de imprensa poderia ter proposto uma rodada nas rádios das cidades que foram colocadas em fases mais restritivas. Os porta-vozes destacariam os indicadores negativos relacionados a casos e leitos hospitalares. Essa seria uma forma de fazer a população compreender melhor os anúncios que seriam feitos.



22

16 de janeiro de 2021

Auditoria: 16 matérias

Análise

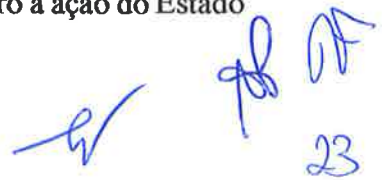
A data foi escolhida por se tratar do dia seguinte ao anúncio de novas medidas de restrição, como já descrito acima. As matérias todas foram consideradas neutras por essa auditoria. Isso porque trataram de contar sobre as novas medidas apenas sob a ótica do Governo de São Paulo sem entrevistar possíveis personagens contra o Plano SP ou que trouxessem algum contraponto. Nenhuma questionou no sentido de que o Estado deveria implementar medidas mais rígidas e nenhuma questão também no sentido de afrouxamento, no geral.

Uma das matérias, a que essa auditoria considerou a mais aprofundada do dia, foi uma publicada no portal G1 Nacional e tratou sobre a quantidade de mortos por Covid-19 em Ribeirão Preto e a evolução da doença. Na análise de um médico ouvido, em parte, a cidade atingiu esse número alto de mortes porque não aderiu a todas as medidas. Indiretamente, essa fala corrobora com o discurso do Estado: “com certeza é uma marca trágica, desagradável e triste. Mas, ao mesmo tempo, pode se dizer que era esperado, com vistas no comportamento da doença, da transmissibilidade, e da população, que teve uma adesão parcial das medidas restritivas”. A fala é de Fernando Belíssimo, infectologista e professor de medicina da USP. Nessa mesma matéria uma fala responsabiliza o comportamento das pessoas pela situação vivida: “todo mundo falou, todos os meios de comunicação falaram, todas as autoridades falaram e mesmo assim houve muitas festas, muitas festas clandestinas. É o preço que estamos pagando.” Ou seja, não coloca “na conta” das medidas o avanço da pandemia. E, portanto, de alguma forma isso é positivo para o Governo de São Paulo.

No geral, as matérias foram consideradas em sua maioria neutras para a administração estadual porque apesar da piora nos números da pandemia, o governo foi colocado de forma responsável na maioria e sem contestação. E na maioria das vezes presente com falas de representantes importantes, inclusive com falas do governador: “Nós temos que tomar medidas de cautela e prevenção para proteger vidas. É muito importante que a população tenha consciência disto. A situação vem se agravando a cada semana”.

Pontos Positivos

As matérias deixam clara a necessidade de medidas mais rigorosas seja por causa do aumento de casos, seja por causa do índice de ocupação da UTIs, o que vai de encontro à ação do Estado

 23

de São Paulo. Além disso, a versão estadual esteve presente na maior parte dos textos com amplo espaço.

Riscos à imagem

Não há

Ações da assessoria de imprensa

- A assessoria poderia aproveitar que a imprensa tem sido colaborativa em divulgar as medidas de restrição e tentar emplacar mais pautas positivas, como por exemplo, sugerir entrevistas exclusivas com secretários envolvidos na questão.
- Também poderia aproveitar para divulgar um artigo do Secretário de Estado da Saúde, Jean Gorinchteyn, para destacar as conquistas de São Paulo até o momento.

#

W

GR

AA

24

22 de janeiro de 2021




Auditoria: 77 matérias

A data foi escolhida para auditoria por ser a com o maior número de matérias veiculadas no período que compreende toda essa análise, o mês de janeiro de 2021. Neste dia, o Governo de São Paulo também anunciou novas medidas do Plano SP. Foi anunciado que sete regiões ficariam na fase vermelha e as demais na laranja, mas fechariam setores não essenciais aos fins de semana e feriados e após as 20h em dias úteis. Além disso, anunciou mudanças na área da Educação, adiando a volta às aulas. Essa avaliação considerou que o dia foi neutro com tendências negativas. Vários textos anunciaram que as cidades iriam acatar as restrições determinadas pelo Governo de São Paulo como “Cidades da Baixada Santista vão acatar o Plano São Paulo” e “Guarujá vai seguir novas medidas restritivas impostas pelo Governo de São Paulo”.

Muitas matérias também foram sobre o adiamento do retorno obrigatório às aulas. A maioria delas tratou a questão como serviço, apenas apresentando a versão oficial e com aspas de autoridades do governo paulista. No G1, por exemplo, a reportagem “Governo de SP adia início das aulas na rede estadual de ensino e suspende obrigatoriedade do retorno presencial” tem aspas do Governador de São Paulo, João Doria e do Secretário de Estado da Educação, Rossieli Soares.

No entanto, quando o assunto foi esse, algumas matérias também entrevistaram representantes de escolas particulares que defendem medidas diferentes das do Estado. O Estadão, por exemplo, ouviu o presidente do Sieceesp, sindicato que representa as escolas particulares, Benjamin Ribeiro: “Quem conhece um pouco de educação entende que lugar de aluno é na escola, não em praia, restaurante, shopping center, clube, hotéis.” Com o fechamento durante boa parte do ano passado, escolas particulares, principalmente as da educação infantil, acumularam prejuízos. Ribeiro calcula que na educação infantil 30% das escolas tenham encerrado as atividades.

Muitas matérias destacaram as manifestações e as reivindicações de empresários e setores do comércio também. O Estadão Conteúdo deu “ACSP critica aumento de medidas restritivas e cita falta de apoio a comerciantes” e repercutiu em alguns veículos. A seguir um trecho que dá o tom à matéria: As entidades dizem que o governo não oferece qualquer apoio que possa contribuir para amenizar as dificuldades de empresários e trabalhadores. “Pelo contrário, o poder público estadual aumentou o ICMS para um grande número de produtos, fato que torna

  
25

mais difícil a recuperação futura da atividade econômica e ainda afeta a economia de forma generalizada”, afirma em nota. O portal UOL também deu o protesto, mas não reportou nenhuma fala de manifestantes. O Diário da Região, de São José do Rio Preto, deu que as entidades preveem mais aglomerações com as medidas impostas pelo governo paulista. A matéria toda apenas repercutiu uma nota da Associação Comercial e Empresarial de Rio Preto do Sindicato do Comércio Varejista de Rio Preto e não deu a versão do Governo de São Paulo.

Pontos Positivos




As medidas restritivas mostram responsabilidade do Governo do Estado de São Paulo em relação ao controle da pandemia. Então, certamente, uma parte da população concorda com o rigor, já que o número de mortos e casos são altíssimos.

Riscos à imagem

Consideramos que apesar de uma boa parte das notícias serem mais neutras, todas as restrições mais rigorosas do Plano São Paulo acabam gerando um desgaste à imagem do governo paulista. Não se trata de um risco grave, mas é sem dúvida desgastante para a administração.

Ações da Assessoria de Imprensa

- A assessoria de imprensa poderia um dia antes de divulgar o adiamento do retorno às aulas ter trabalhado a divulgação explicando que São Paulo foi o primeiro estado a organizar aulas remotas e a volta às aulas. Ou seja, se o Governo decidiu adiar é porque realmente viu necessidade.
- Para o dia do anúncio, deveria ter destacado um porta-voz diferente do secretário da Educação para entrar em rádios de todo o Estado e também em telejornais. De preferência, uma professora que faça parte da administração também. O discurso dessa professora deveria ser em torno do que foi citado no item acima.
- Em relação ao comércio, o governador João Doria usou a frase "mortos não compram". A assessoria deveria instruir toda a equipe que participa da coletiva a reforçar esse discurso. De que a prioridade é a vida e que medidas econômicas importantes estão sendo tomadas para minimizar os impactos.

  
26

23 de janeiro de 2021

Auditoria: 38 matérias

Esse dia foi escolhido para análise por se tratar da data de mais uma anúncio de reclassificação do Plano SP. De acordo com o novo decreto, as regiões de Barretos, Bauru, Franca, Marília, Presidente Prudente, Sorocaba e Taubaté entraram na fase vermelha. Já a Grande São Paulo e as regiões de Araçatuba, Araraquara, Baixada Santista, Campinas, Piracicaba, Registro, Ribeirão Preto, São João da Boa Vista e São José do Rio Preto entraram na fase laranja. O Estado também determinou que, após as 20h e até as 6h em dias úteis, e integralmente nos finais de semana, todas as dez regiões classificadas na etapa laranja deverão seguir as restrições da vermelha. Nos finais de semana dos dias 30 e 31 de janeiro e 6 e 7 de fevereiro todas as regiões estarão na fase vermelha em tempo integral. Ou seja, medidas expressivas. A repercussão, no geral, foi negativa. Principalmente a repercussão fora da capital paulista. As matérias destacaram bastante os problemas econômicos, reivindicações de comerciantes e outras contrariedades.

Foi notícia, por exemplo, que o prefeito de Araçariguama, Rodrigo Andrade, anunciou em suas redes sociais que não iria seguir o decreto do Governo do Estado de São Paulo e a cidade não deveria regredir para a fase vermelha, como tinha sido determinado pelo Plano SP. Uma das aspas selecionadas para a matéria insinua que as medidas do Estado são contra o trabalhador: “queremos manter os nossos comércios abertos, ou seja, estamos do lado do trabalhador”.

A grande imprensa foi mais neutra. No geral, noticiou as novas regras impostas pelo decreto destacando a gravidade da pandemia e não destacando as reivindicações de comerciantes e outros envolvidos no setor. Na CNN, na TV, a responsabilidade com o sistema de saúde estiveram em pauta: “a finalidade de assegurar a manutenção da capacidade de resposta do sistema de saúde e conter a disseminação da doença.” O Jornal da Manhã, da Jovem Pan, destacou falas do secretário de Desenvolvimento Regional, Marco Vinholi, importantes para gerar adesão às medidas: “Nós temos o ápice da pandemia no interior”. O Jornal da Record também destacou que as medidas são necessárias para que os hospitais dêem conta da demanda. E assim foi na Grande Imprensa. Também nas afiliadas da Globo, na Rádio Bandeirantes e no Agora São Paulo.

Os textos mais reivindicativos foram os de fora da capital mesmo. Tanto no ABC Repórter, de São Caetano do Sul, como no O Regional, de São Pedro, destacaram notas de associações comerciais na toada de que O comércio não pode continuar pagando pelos outros e

✓

AB

27

manifestando indignação e uma posição contrária à adoção de novas medidas restritivas à atividade comercial, determinadas pelo Governo do Estado.

Pontos positivos

No geral, a grande imprensa noticiou as alterações no Plano São Paulo dando ênfase à gravidade da pandemia e não deu espaço significativo para as reivindicações do setor de comércio.

Risco à imagem

Apesar das duras críticas de comerciantes de fato terem algum impacto na imagem do Governo de São Paulo, essa auditoria não considera que seja grave. Já que o pano de fundo é a pandemia e sua intensidade.

Ações da assessoria de imprensa

- A assessoria poderia ter criado um passo a passo, um panfleto, explicando que a maior parte das medidas econômicas cabem ao Governo Federal e que a situação da pandemia, que força o fechamento da economia, também é reflexo da falta de coordenação federal. Dessa forma, o debate fica mais amplo e a participação do Governo de SP, em perspectiva.
- Ainda em relação às reivindicações dos empresários/comerciantes, a assessoria de imprensa poderia orientar a equipe de redes sociais a encontrar personagens que são comerciantes, que infelizmente perderam pessoas próximas e que são a favor das medidas restritivas. Em vídeos breves, essas pessoas contariam o que houve e pediriam apoio à causa.

✓ Jof AF
28

25 de janeiro de 2021

Auditoria: 40 matérias

Análise

Essa auditoria escolheu esse dia para analisar por se tratar da data que passaram a vigor novo decreto do Plano São Paulo, já descrito acima, na análise do dia anterior. O volume de matérias foi bem maior que o do dia do anúncio e também foi bem negativo. Muitas matérias repercutiram o descontentamento do setor do comércio e algumas manifestações.

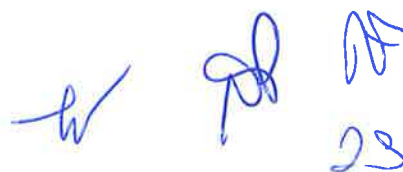
Avaliamos essa tendência à negatividade já que, por exemplo, a TV Diário, afiliada da TV Globo, em Mogi das Cruzes, fez uma reportagem longa, de mais de 11 minutos e o destaque foi que Setores de comércio do Alto Tietê estão preocupados com a mudança de fase no Plano SP, inclusive, dizendo que a expectativa é de fechamentos de lojas e até demissões em vários setores. A matéria entrevistou o vice-presidente da Associação Comercial de Mogi das Cruzes, Fábio Sleiman, ele destacou os prejuízos provocados pelas medidas e as dificuldades que o setor vai ter de um dia retomar com potência as atividades econômicas.

Uma outra matéria, também da TV Globo, da afiliada de Bauru, destacou que Bauru decidiu não respeitar as regras impostas pelo Plano SP. Foi considerada negativa por essa análise já que a principal entrevistada foi a prefeita de Bauru, que, de forma discreta, insinuou que o Governo de São Paulo não estava governando para todos. O repórter fez perguntas contundentes à prefeita, questionou por exemplo se era mesmo o momento de deixar o comércio funcionar ao mesmo tempo que a ocupação de leitos estava altíssima na cidade, mas ainda assim, avaliamos que trata-se de uma matéria negativa para o Estado.

A matéria da TV Tribuna, afiliada da Globo de Santos, também deu destaque ao protesto de comerciantes da Baixada. Na TV Vanguarda, outra afiliada da Globo, essa em São José dos Campos, também deu destaque aos problemas do empresariado.

Ou seja, veículos bem relevantes, escolheram destacar os problemas provocados pela medidas. A manifestação promovida pela Associação de Bares, Restaurantes e Similares de Campinas também ganhou repercussão na mídia. No protesto, grupos de comerciantes pediam por mais horas de funcionamento durante a semana, a autorização para o funcionamento durante o final de semana e medidas que possam amenizar os prejuízos do fechamento.

Por outro lado, uma matéria na CNN Brasil, online, também criticou as medidas. Mas por outros motivos. Deu destaque à fala de um professor de Medicina da Universidade de São Paulo (USP)



e criador do portal Covid-19 Brasil, Domingos Alves, que afirmou que as medidas estaduais são insuficientes para reduzir a pandemia em São Paulo.

Pontos Positivos

Também tiveram matérias que se restringiram a ser textos de serviço, apenas informando as alterações do Plano SP que entravam em vigor na data em questão.

Riscos à imagem

Como no dia anterior, apesar das duras críticas de comerciantes de fato terem algum impacto na imagem do Governo de São Paulo, essa auditoria não considera que seja grave. Já que o pano de fundo é a pandemia e sua intensidade.

Ações da assessoria de imprensa

- Além das ações que essa auditoria já propôs acima, acho que a assessoria poderia propor um manifesto pedindo que o governo federal fizesse algo pelos comerciantes do Brasil. Isso deveria ser feito não de modo que parecesse quer terceirizar o problema, mas mostrar que já fez o que estava ao alcance e que o governo federal tem responsabilidades que não está cumprindo.
- Insistir em personagens do comércio que são a favor de medidas restritivas não só nos vídeos citados acima, mas poderia oferecê-los para emissoras, mostrando que há contraponto.

4

er ps 30

27 de janeiro de 2021

Auditoria: 21 matérias

Análise

O dia foi considerado negativo porque uma parte significativa do noticiário continuou repercutindo os prejuízos aos comerciantes provocados pelas medidas mais restritivas e as manifestações realizadas por eles. Na EPTV, por exemplo, afiliada da TV Globo em Campinas, o foco da reportagem foi a queda no faturamento. Relataram que a crise atingiu em cheio o lucro dos restaurantes e noticiaram os protestos do setor e contaram que representantes haviam ido à sede do Governo de São Paulo fazer reivindicações.

O Diário de Mogi também destacou as manifestações e contou que com o lema "essa conta não é nossa", donos de bares, lanchonetes, restaurantes e academia planejavam uma carreata para pedir a liberação do funcionamento desses estabelecimentos. "Segundo organizadores, a ideia é mostrar apoio à Prefeitura contra o Plano SP, do Governo do Estado."

No SBT Interior, as manifestações contra as medidas estaduais também foram destaque. "Representantes dos setores de bares, restaurantes e comércio fizeram carreata hoje em Araçatuba. Entrevistaram, inclusive, o presidente de um sindicato de hotéis, bares e restaurantes, que disse que a classe está sendo perseguida sem ter um fôlego durante a pandemia. Já na Band Sorocaba, uma reportagem contou que os bares estavam preparados para contrariar o Governo de São Paulo e abrir as portas.

O Marília Notícia também repercutiu protestos "entre as faixas e cartazes constaram pedidos por "reabertura já" e mensagens como "precisamos trabalhar" e "nossa economia está morrendo". Um outro jornal de Marília destacou uma nota da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo: "Nossa posição é contrária à adoção de novas medidas restritivas à atividade comercial, determinadas pelo Governo do Estado, por não levar em consideração a dramática situação enfrentada pelo setor e, principalmente, pelo fato de que as empresas têm adotado todas as medidas sanitárias necessárias para assegurar, tanto aos colaboradores quanto para os consumidores, a segurança nos estabelecimentos".

Pontos Positivos

Algumas matérias do dia foram de prestação de serviço e outras cuidaram de tratar da grandeza da pandemia, que exige medidas restritivas. Um jornal de Fernandópolis, por exemplo, entrevistou especialistas que aprovam medidas restritivas para conter a pandemia. Um jornal

Handwritten marks and signatures in blue ink, including a checkmark, a signature, and the number 31.

de São Carlos também fez reportagem sobre isso e escreveu “a endurecimento da quarentena anunciado na última sexta-feira (22) pelo governo paulista foi uma atitude necessária para conter o avanço da pandemia de Covid-19 no estado de São Paulo, afirmam especialistas da Unesp que acompanham os números da doença.

Riscos à imagem

Não há riscos sérios à imagem, mas certamente o volume de matérias tratando sobre os protestos e as reivindicações do setor do comércio contra o Plano SP atingem negativamente a imagem do Governo de São Paulo.

Ações da assessoria de imprensa

- Novamente, a repercussão foi negativa por conta do fechamento do comércio. Além de todas as ações que sugerimos a respeito dessa questão acima, a assessoria de imprensa poderia criar coletivas regionais, que começariam assim que acabasse a coletiva da sede do Governo. Poderia destacar porta-vozes regionais munidos de dados regionalizados que fariam uma apresentação mais específica em coletivas nas cidades “atingidas” pelas novas medidas.

29 de janeiro de 2021

Auditoria: 34 matérias

Análise

Constatamos um noticiário majoritariamente negativo para o Governo de São Paulo. Neste dia, o Governador João Doria anunciou que as regiões de Presidente Prudente e Sorocaba passaram da fase vermelha para a laranja do Plano São Paulo e também determinou o recuo da região de Ribeirão Preto para a etapa vermelha, com restrição total a comércios e serviços não essenciais. Todas as matérias auditadas trataram sobre essas restrições ou sobre desdobramentos delas, como protestos em forma de carreata contra as ações do Estado de São Paulo ou em forma de pedidos de mudanças para o Governo Estadual. Uma das matérias, por exemplo, falou sobre a solicitação da Associação Comercial Empresarial de Jundiaí. A entidade alegou o seguinte: “Sabemos da gravidade da situação e da necessidade de medidas de controle e contenção do coronavírus. Mas restringir o horário de atendimento do comércio não vai resolver. Quanto maior o tempo de funcionamento, menores são as chances de aglomeração nos estabelecimentos. A situação do comércio é muito dramática e estas medidas só vão prejudicar ainda mais a economia, aumentando o fechamento de empresas e demissões.” Nesta matéria, do Jornal Regional de Jundiaí, por exemplo, não teve nenhuma versão oficial defendendo as medidas tomadas. Apenas a versão dos comerciantes foi retratada.

Ainda neste mesmo dia, teve, inclusive, um editorial do Jornal Primeira Feira, de Salto, criticando as ações estaduais do começo ao fim. Aqui, destacamos um trecho: “E aqui cabe um fator importante que precisa ficar claro: o Governo do Estado de São Paulo, diga-se João Doria, está mostrando uma completa falta de capacidade em lidar com uma situação tão grave. Em quase um ano de pandemia, temos um governador que não consegue encontrar mecanismos que equilibrem a prevenção ao coronavírus e a sustentação econômica”.

Uma matéria do Diário de Mogi que cobriu uma manifestação de comerciantes da região não contou a versão do Estado, ouviu apenas o prefeito, que apesar de ter frisado que os leitos estão cada vez mais lotados, deu apoio aos manifestantes. E o texto foi fechado com uma aspas do presidente do Sincomércio, Valterli Martinez: “disse que com as restrições durante 15 dias, cerca de 2 mil pessoas podem ser demitidas do comércio do Alto Tietê”.

Pontos positivos

tw
33

O principal ponto positivo é que o Governo de São Paulo conseguiu consolidar fontes de referência sobre a pandemia e as ações governamentais. Como a secretária de Desenvolvimento Econômico, Patrícia Ellen e o coordenador executivo do centro de contingência do estado de São Paulo João Gabardo. Isso facilita a vida corrida do jornalista, que quando precisa de uma aspas sabe bem onde encontrar.

Um outro ponto positivo desse dia foi que alguns veículos noticiaram o pedido da Procuradoria Geral de Justiça de que os municípios seguissem as regras do Plano SP de combate ao Coronavírus.

Riscos à imagem

Não há risco grave à imagem, mas certamente as manifestações e suas repercussões desgastam um pouco a imagem do governo paulista. É claro que para uma parcela da população as restrições são bem vistas, mas não há como negar que de alguma forma a imagem do Estado sai prejudicada.

Ações da assessoria de imprensa

- A assessoria poderia fazer um esforço para encontrar pautas positivas associadas ao início da vacinação no Estado. E tentar destacar dados positivos da mídia regional. Contratações, abertura de empresas... Para mostrar que, com responsabilidade e, portanto, aos poucos, a economia está reagindo no Estado,

er

34

30 de janeiro de 2021

Auditoria: 11 matérias

Análise

A data foi escolhida para análise por se tratar do dia seguinte de anúncios feitos pelo Governo de São Paulo, descritos acima. A maior parte das matérias desse dia tiveram aspectos negativos. De modo geral, as matérias destacaram as reações dos comerciantes às medidas restritivas. Uma delas, publicada no Cidade On, de Ribeirão Preto, teve como manchete que a “perda do setor de restaurantes chegou a R\$ 2,3 bi em 2020”. Esses dados se referem à Região Metropolitana de Campinas e responsabiliza a pandemia e as medidas tomadas por esses números: “para os comerciantes, os reflexos econômicos da pandemia foram sentidos mais fortes no setor, que permaneceu grande parte do ano sem permissão para funcionamento com público por causas das medidas de controle ao covid-19.” Tudo isso inserido em uma matéria que contava sobre a manifestação contra os anúncios do Plano SP: “a mudança nas medidas gerou revolta aos proprietários de bares e restaurantes, que protestaram na segunda em Campinas pedindo por flexibilização. Na quarta-feira (27) comerciantes da região também aderiram ao protesto promovido pela Abrasel na capital paulista, pedindo a reabertura”. A matéria deu bastante voz a Abresc, que é a Associação de Bares Restaurantes e Similares de Campinas, inclusive acusando o governo de retirada de leitos à disposição. "Quando cria fase vermelha o Estado nos coloca como responsável por algo que não somos. A abertura vem como forma de sobrevivência. Nós na segunda-feira entregamos uma pauta e entendemos na conversa, que pelos dados passados na Rede Mario Gatti, a alta ocupação de leitos é porque o governo retirou os leitos do Estado. Tínhamos 90 e hoje temos 17. Então, hoje a cidade se classifica em uma fase que talvez não estaria se tivesse os leitos, e nós não podemos pagar essa conta".

A Folha da Região, um jornal de Olímpia, também teve um texto bem negativo para o Governo de São Paulo. Um de seus colunistas critica o Plano SP dizendo que já não é o ideal para conter o avanço do novo coronavírus e que, pelo que está acontecendo, tudo indica que foi proposto para não ser cumprido, pois sem fiscalização não tem como ser viabilizado. Ele vai além e critica a estrutura do Plano, dizendo que muitas atividades são incluídas como essenciais.

Um jornal de Mogi-Guaçu também destacou as manifestações contra as medidas restritivas e contou que as restrições mais rígidas das fases não agradaram proprietários e funcionários de bares e restaurantes da cidade que tentaram reverter às regras do decreto estadual que foi acatado pelo município. Descreveram que donos e funcionários do setor estavam munidos de



cartazes com frases como “Ônibus lotados, restaurantes vazios” e “Precisamos trabalhar” e que pediram uma ação do Poder Executivo quanto às restrições.

Pontos Positivos

Duas matérias do dia mostraram a Justiça ao lado das medidas restritivas. Uma delas na Band, por exemplo, contou que TJ-SP concedeu liminar que obrigou Bauru a fechar o comércio e seguir o Plano SP. E uma outra, em uma publicação de Mogi-Guaçu noticiou uma recomendação do Ministério Público de São Paulo, que proíbe os municípios paulistas de retrocedam as fases do Plano São Paulo estabelecidas pelo Governo do Estado em decreto.

Riscos à imagem

Nenhum risco grave à imagem, mas como já dito anteriormente, é claro que notícias contra o rigor do Plano São Paulo contribuem para que parte da opinião pública fique contra as medidas do governo paulista.

Ações da assessoria de imprensa

- Novamente a repercussão negativa teve a ver com o posicionamento dos comerciantes. A assessoria de imprensa poderia propor que fossem feitas mais reuniões com associações comerciais e outras entidades desse tipo. A assessoria divulgaria vídeos e fotos para a imprensa dessas reuniões, mostrando o esforço do Estado em governar para todos.

36