PROPOSTA TÉCNICA

UP IDEIAS 15 ANOS

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3266 7392
www.upideias.com.br

PROPOSTA TÉCNICA

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3266 7392
www.upideias.com.br

1. RACIOCÍNIO BÁSICO

Guardiã da Democracia, a Constituição Brasileira declara que o poder emana do povo e para o povo. Na prática, tal princípio só se concretiza com a participação popular na vida pública. Diversas iniciativas vêm fomentando esta dinâmica no Brasil nas últimas décadas, desafiando o poder público a buscar constantemente novas formas de engajamento da população e assegurando a legitimidade de suas decisões. Legalmente, isso tem sido subsidiado pela consolidação de recursos como a Lei de Acesso à Informação (LAI), a Lei da Responsabilidade Fiscal, a Lei da Ficha Limpa, e a Política Nacional de Participação Social.

Este último, destaca o dever dos órgãos da administração pública de considerar todas as instâncias e mecanismos de participação social para formular, executar, monitorar e a avaliar programas e políticas. Mais que obrigação legal, a ampla divulgação dos atos públicos e correspondentes, *feedback* e engajamento do cidadão são de grande auxílio ao trabalho dos gestores. Quanto maior o envolvimento da sociedade na elaboração das políticas públicas, tanto maior são as chances de elas serem consistentes e eficazes, melhorando o desempenho administrativo e a vida de todos. A concretização deste ideal, no entanto, demanda esforço e tempo. Conforme cita o Relatório da Pobreza da Organização das Nações Unidas, publicado no ano 2000, "A verdadeira democracia – construída sobre os fundamentos da participação ativa da população nos assuntos locais e nacionais – não acontece da noite para o dia."

Atenta a isto, e alinhada aos mais modernos conceitos e práticas de gestão pública, a Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo busca permanentemente aprimorar a prestação de serviços e a relação com a sociedade em sua rotina de gestão financeira e controle da execução orçamentária da administração estadual. Observando a tarefa de equacionar os interesses de todas as regiões do Estado, a Secretaria adotou a política de realizar Audiências Públicas para o desenvolvimento e aprovação do Planejamento Plurianual (PPA) de forma participativa. O PPA estabelece diretrizes, objetivos, programas, ações, indicadores e metas da administração pública estadual para um período de quatro anos, norteando as demais ações orçamentárias: metas, prioridades, resultados esperados; alocação de recursos nos orçamentos anuais, distribuição regional, entre outros aspectos.

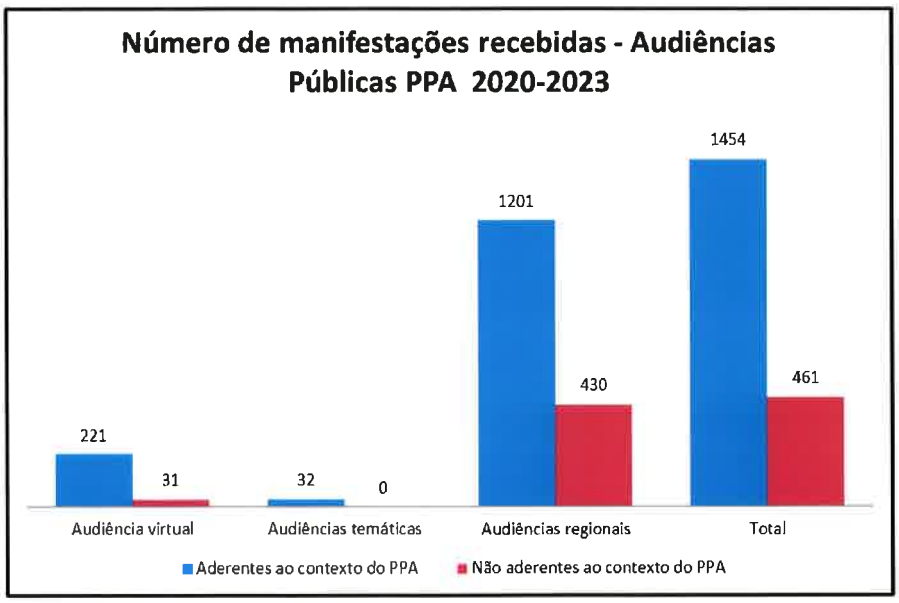
2

Prevista na tradicional forma presencial, e em formato online, a Audiência Pública é o espaço por excelência para participação social durante a elaboração do PPA. É um instrumento de transparência e de participação da população no planejamento do Governo do Estado, garantido pela Lei Federal de Responsabilidade Fiscal e pela Constituição Estadual. Seu objetivo é promover um espaço para o diálogo com o cidadão, para discutir e opinar sobre problemas e necessidades do dia a dia de suas regiões, além de identificar e sugerir possíveis soluções para as adversidades apresentadas, de forma a contribuir para a elaboração dos programas governamentais.

Adicionando a este cenário de efervescência participativa a crescente expansão dos recursos de tecnologias de comunicação atualmente disponíveis e presentes no dia a dia das cidades, pode-se dizer que vivemos uma nova era de grandes possibilidades de engajamento na gestão pública. Especialmente, quando se nota o amplo e generalizado acesso à internet no país. Realizada pelo Cetic.br. a pesquisa sobre Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros (TIC Domicílios 2018) aponta que no Sudeste do Brasil, 73% dos domicílios têm acesso à internet. O Estado de São Paulo encabeça a lista dos estados mais presentes na web. Com tal capilaridade digital, espera-se que a participação online seja correspondente.

Na prática, no entanto, os números surpreendem, e chegam a intrigar. Segundo dados do site do Governo do Estado, as Audiências Públicas para o Plano Plurianual 2020-2023, encerradas no mês de agosto de 2019, contaram com somente 1.250 participantes. Virtualmente, somaram-se apenas 252 manifestações. Ao todo, não se chega à representatividade de 1% do universo da sociedade paulista.

3



Este cenário evidencia um desafio de Comunicação: fazer a abertura e receptividade do Governo, por meio da Secretaria da Fazenda de São Paulo, e a oportunidade de participação no processo orçamentário chegarem à imprensa e aos cidadãos, e conquistá-los, convencê-los ao engajamento.

O caminho para esta conexão passa, inevitavelmente, por um plano de comunicação amplo e estratégico, com ações dirigidas a cada público, em sua respectiva abrangência, no canal certo. Informar, esclarecer e envolver a população, tornando a participação pública expressiva uma realidade na elaboração do PPA é a proposta da Up Ideias para amparar a Secretaria da Fazenda no exercício da sua missão, atendendo aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

O maior estado da América Latina, com 44.3 milhões de habitantes, 248.2 mil km², PIB de R$2 trilhões e a maior arrecadação tributária do país, carece de ações muito bem planejadas e articuladas de comunicação social, lançando mão de mídias tradicionais e online, para que os esforços de participação pública logrem êxito de forma justa e equilibrada, uma vez que sua grandeza é diretamente proporcional à complexidade de sua gestão.

4

2. PLANO DE AÇÃO

2.1 POSICIONAMENTO

Este PPA foi vinculado à temática da Agenda 2030 e Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da ONU, envolvendo metas globais na administração local. Da mesma forma, o Plano de Ação será pautado pelos eixos temáticos definidos:

- ➔ **Pessoas:** desenvolvimento social; erradicação da pobreza; dignidade e igualdade;
- ➔ **Planeta:** cuidado com recursos naturais e clima para as futuras gerações;
- ➔ **Prosperidade:** garantia de vida próspera e plena, em harmonia com a natureza;
- ➔ **Paz:** promoção de sociedades pacíficas, justas e inclusivas;
- ➔ **Parceria:** meios de implementação que viabilizem os temas anteriores.

Assim, uma identidade visual que represente tais elementos deverá se fazer presente em todas as comunicações relativas a este processo, reforçando o posicionamento:

"Prioridades para SP: Parceria, Paz, Pessoas, Planeta, Prosperidade. Participe pessoalmente ou online, e defina as prioridades de investimento do Estado!"

5

2.2 PÚBLICOS-ALVO

Toda nova iniciativa que almeje fomentar participação social deve partir de uma visão integradora, promovendo o verdadeiro sentido da política e da democracia. Para, antes de definir as estratégias de mídia é preciso ter clareza os públicos que se pretende atingir, e qual a relação entre eles.

Uma vez que órgãos públicos têm como alvo mais abrangente a sociedade como um todo, o público em geral, deve-se avaliar os canais para se chegar à massa, mas também considerar grupos com os quais a comunicação pode ser estrategicamente dirigida, inclusive para uma maior influência no alvo global das ações. Desta forma, temos como alvo do plano de divulgação do PPA, os seguintes recortes de grupos de interesse:

2.2.1 Cidadão / População paulista em geral - (massa /Estado) - 44.3 milhões de habitantes espalhados por toda a Federação. Público prioritário para recebimento de informações claras e de fácil compreensão, instruindo sobre a participação de forma programada. Para falar com a população, são considerados todos os canais oficiais que permitem contato com o cidadão: escritórios físicos, website, telefone, redes sociais, vias públicas, etc. Para tanto, todos os esforços de comunicação (assessoria de imprensa, publicidade, mídias web, redes sociais) deverão atuar de forma conjunta e integrada, em termos de objetivos, prioridades, período, para se alcançar o cidadão, que é a origem e o fim da gestão pública.

2.2.2 Regiões – Há regionalizações oficialmente vigentes e consideradas pela Secretaria de Planejamento e Gestão. Mapeá-las como público específico permite o adequado fracionamento das comunicações de acordo com particularidades da região (Administrativa, de Governo, Região Metropolitana e/ou Aglomeração Urbana. Fonte: Seade – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados).

2.2.3 Grupos Organizados – associações, organizações, grupos ou movimentos coletivos, entidades civis organizadas que podem representar interesses de grupos sociais específicos.

2.2.4 Imprensa – veículos informativos e jornalistas (local, regional e estadual) a serem acionados segundo cronograma de ações do PPA, com pautas planejadas, proativas, informativa e com monitoramento. Mapear os veículos, postura editorial, equipes de

6

jornalismo de cada veículo de interesse permite abordagens otimizadas, produtivas para ambas as partes, muito além do envio pasteurizado de *releases*, ou da mera resposta a demandas por meio de nota oficial.

Para assegurar a consistência e o reforço informativo entre os diversos públicos, buscar-se-á estabelecer uma comunicação integrada – ativando mídias variadas de modo arquitetado e sincronizado, voltadas aos diferentes públicos e abrangências. A integração planifica os discursos, minimiza distorções e riscos à imagem e potencializa a exposição e a assimilação da mensagem por parte dos públicos. Manter o alinhamento conceitual, a consistência e a frequência de comunicação por trás dessa diversificação tornarão a comunicação integrada eficaz para a sustentação da imagem da Secretaria da Fazenda, e da campanha de divulgação do Plano Plurianual.

2.3 ESTRATÉGIAS DE MÍDIA

Considerando a visão integrada já mencionada para se alcançar os públicos-alvo selecionados, as estratégias de mídia listadas a seguir serão desenvolvidas de modo transversal e complementar.

2.3.1 Mídia tradicional

a) Mídia impressa de massa: Cartazes impressos A3, para distribuição em estabelecimentos da rede pública do Estado (órgãos, secretarias, escritórios de serviços ao cidadão, rede estadual de educação e saúde, etc) e rede de transporte urbano de todo o território estadual. O material impresso trará um QR Code para que, pessoas munidas de dispositivo móvel com acesso à internet, cheguem a conteúdos complementares online. O QR Code dirigirá a leitura para uma página específica do PPA dentro do Portal https://portal.fazenda.sp.gov.br, onde serão dispostos textos explicativos, agenda de audiências, curiosidades, vídeos (animação) ilustrativos do processo, cadastro para receber novidades, entre outros materiais dinâmicos e compartilháveis. Por meio desse recurso, mesmo em cidades mais distantes das audiências presenciais, o cidadão poderá conhecer mais sobre o PPA, participar e compartilhar.

b) Mídia impressa dirigida: Mala Direta – Uma versão mais textual e personalizada do cartaz será elaborada em formato de mala direta, para envio como correspondência aos grupos organizados formalmente listados no Cadastro Estadual de Entidades (CEE) e/ ou Cadastro de Parceiros do Terceiro Setor (CPATES), também com acesso aos conteúdos complementares por QR Code.

c) Mídia Eletrônica de massa: Rádio e TV – *spots* de rádio e curtos vídeos com animação (30"), em linguagem simples e dinâmica informação ao espectador / ouvinte dos canais de abertos de mídia sobre o que é o PPA, a importância de participar, e quando fazê-lo. Uma série de *spots* e vídeos serão elaborados seguindo os 5 pilares abordados pelo PPA, a serem lançados progressivamente, conforme avança a programação do Planejamento, até a sua conclusão e encaminhamentos. Os mesmos vídeos e áudios elaborados para a mídia eletrônica tradicional serão reaproveitados (adequadas as características técnicas) para distribuição nas estratégias digitais.

2.3.2 Mídia Digital

a) Página Online – dentro do website da Secretaria da Fazenda e Planejamento, será criada uma página de conteúdo específica para o PPA, tornando-se a referência oficial e o repositório

de informações e materiais organizados por categoria informativa. Seções específicas de conteúdo para compartilhamento do internauta, para imprensa (Sala de Imprensa), para download, agenda de atividades, divulgação das próximas audiências, etc. O espaço virtual será cuidadosamente preparado para receber acessos espontâneos / orgânicos, e a partir de canais variados como os QR Codes dos materiais impressos, posts de redes sociais, banners nas páginas de órgãos e secretarias estaduais, etc.

b) Redes Sociais – serão elaborados infográficos, *posts* e conteúdos de esclarecimento para compartilhamento nos canais virtuais em que o Governo de São Paulo já se encontra presente (como Facebook, Instagram, etc) que despertem interesse e desejo de compartilhamento do cidadão que estiver navegando na internet.

2.3.3 Estratégia Aproximativa Presencial

a) Evento com Imprensa – A pouca citação na imprensa observada na análise diária de mídia demonstra que a apatia de jornalistas diante da pauta das audiências públicas precisa ser vencida, oferecendo a esses profissionais aquilo que lhes é mais caro: informação útil, verdadeira, interessante, noticiável, e em primeira mão. É necessária uma estratégia de aproximação com a imprensa se paute em uma política de portas e de dados abertos, com transparência, relevância e frequência adequada. Para isso, sugerimos a realização de um evento de lançamento do PPA especialmente voltado exclusivamente à imprensa, em especial veículos / editorias de maior sensibilidade ao tema da gestão pública e da gestão dos recursos financeiros. O evento seria anterior ao início do PPA, para explicação detalhada do Plano, fornecimento de dados em primeira mão, oportunidade de questionamentos, acesso a materiais exclusivos para a imprensa, entregues em um press kit especial do PPA.

b) Blitz Cidadã PPA – visita de agentes caracterizados panfletando material informativo tipo mini-cartilha de bolso, com informações do PPA e agenda de audiências, para distribuição local aos cidadãos ("clientes") em visitas surpresa a estabelecimentos públicos como escolas da rede estadual, secretarias, hospitais, terminais, etc, orientando sobre as ações relativas ao PPA, como participar e/ou obter mais informações, e mobilizar mais pessoas para participação na definição das prioridades de investimento do Estado.

9

2.4 AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS

Em nossa larga experiência no atendimento a entidades públicas e privadas, desenvolvemos um *modus operandi* específico da Up Ideias, em que o passo inicial é uma imersão com o cliente. Nesta importante fase conhecemos as necessidades, objetivos e, principalmente, expectativas com o contrato. A partir de então, iniciam-se as fases de pesquisa e diagnóstico.

Estabelecer as diretrizes do plano em conjunto com a contratante propicia o aproveitamento de toda e qualquer informação da realidade da entidade, e contribui para a construção de um plano totalmente personalizado, fugindo de soluções prontas e pasteurizadas do mercado.

Após a imersão, iniciamos o estudo de caso. Esta fase, interna, envolverá diversos setores da Secretaria, envolvendo análises de Business Intelligence, para então adequar as estratégias e o Plano de Comunicação. Uma vez aprovado o Plano, estabelecemos o fluxo de trabalho de acordo com as necessidades do contrato, com foco em agilidade e excelência no atendimento. É quando estabelecemos o SLA (Service Level Agreement) - Acordo de Nível de Serviço, um documento que guiará a execução do contrato, de forma personalizada no que diz respeito a prazos e à operação.

A aprovação dos materiais será feita pela contratante. Online, via sistema ERP TagService de tráfego, ou pelas vias habituais já utilizadas pelas Secretarias. Questões como esta são definidas no acordo de SLA, que pode ser modificado a qualquer tempo, de acordo com eventuais necessidades. Após o estabelecimento personalizado desses elementos, a Up Comunicação assumirá cinco frentes de trabalho no relacionamento da Secretaria de Fazenda e Planejamento com a Imprensa:

2.4.1 Planejamento

- Imersão com todas as áreas de comunicação (conhecimento das necessidades, objetivos e expectativas);
- Diagnóstico (pesquisa, levantamento de informações, entrevistas...);
- Definição das políticas, planos e orçamento;
- Desenvolvimento do plano;
- Adaptações e aprovação do plano de comunicação;

10

- Definição de métricas para avaliação de resultados;
- Escolha das ferramentas;
- Definição dos canais e Tags a serem monitorados.

2.4.2 Monitoramento

- Definição das políticas de alerta de crises, dentro dos canais monitorados;
- Definição do modelo e forma de apresentação do relatório diário e relatórios de demonstração de resultados dos canais monitorados.

2.4.3 Plano de Crise

- Estabelecer o comitê de prevenção e gerenciamento de crise;
- Mapeamento de vulnerabilidade;
- Definição do plano de contingência de acordo com tipos de riscos.

2.4.4 Apoio

- Alimentação banco de dados;
- Produção de materiais (boletins/*press release*);
- Mapeamento de *stakeholders* (gerenciar grupos de interesse do órgão);
- Moderação redes sociais.

2.3.5 Atendimento

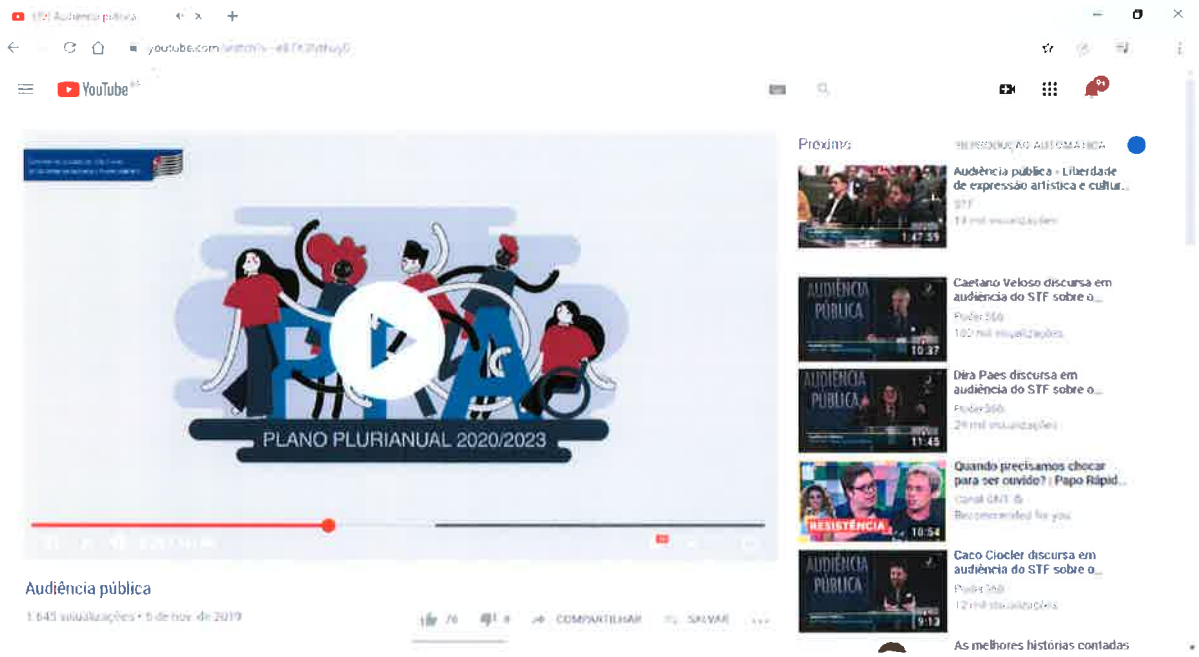
- Reunião diária de pauta (manhã);
- Reunião semanal (avaliação dos relatórios da semana anterior, definição de estratégias para semana);
- Análise e sugestão de pautas especiais;
- Acompanhamento da equipe do órgão em eventos, entrevistas;
- Controle e levantamento de informações sobre veículos;
- Relacionamento e atendimento a imprensa;
- Treinamento de porta-vozes.

2.5 MATERIAIS A SEREM PRODUZIDOS

2.5.1 Ilustrações, gráficos, Infográficos, cartaz, mini-cartilha: elementos de suporte para disponibilização online e / ou física, para informar cidadãos e para a imprensa, explicando como funciona o PPA, as etapas do processo, importância de participação, agenda de audiências, canais de contato oficiais em caso de dúvidas.

2.5.2 Página de conteúdo específica no Portal: disposição eletrônica online de conteúdos informativos para leitura e download, divulgação de agenda, vídeos e outros materiais digitais para acesso e compartilhamento a partir do Portal.

2.5.3 Conteúdos para redes sociais: textos, imagens e vídeos com linguagem adequada para cada rede social em que o Governo do Estado de São Paulo está presente. Divulgação programada para cada fase do PPA, com conteúdos e formatos específicos.



2.5.4 Mailing de Mídia / Imprensa: lista com nomes, contatos, perfis editoriais de veículos de imprensa, portais, blogs e jornalistas, com especial segmentação de veículos, editorias e profissionais ligados a gestão pública e gestão financeira.

2.5.5 Plano de pautas / press releases: planejamento prévio dos textos jornalísticos conforme cada etapa do PPA , a serem distribuídos por *mailing* e dispostos na área da Sala de

12

Imprensa do site. Material será adaptado para o **Radio jornalismo:** Entrevistas, spots, áudios explicativos, etc. para aproveitamento rádios comunitárias e populares.

2.5.6 Press kit: calendário de audiências, bloco de notas, caneta e pasta com identidade visual da PPA a serem distribuídos entre jornalistas participantes da coletiva de lançamento do PPA com acesso, a partir de QR Code. a materiais eletrônicos especiais dispostos na Sala de Imprensa (dados, releases, imagens, infográficos, vídeos explicativos e materiais para download que servem de fonte à imprensa).

2.5.7 Manual de crise: documento com orientações e procedimentos para o comitê de crise e demais servidores em caso de necessidade. O alinhamento do discurso, informações precisas e verdadeiras contribuem na preservação da imagem da instituição em caso de crise.

2.5.8 Relatórios de monitoramento: documento com resultados de auditoria de imagem produzidos de forma periódica com informações sobre a repercussão, por audiência, na imprensa e nas redes sociais, baseado em ferramentas de monitoramento.

2.6 CRONOGRAMA

Considerando que as audiências eletrônicas do PPA acontecem de 15 de março a 15 de abril, e as audiências presenciais entre 15 e 24 de abril, propõe-se um cronograma que contemple, desde janeiro, os preparativos e as ações de divulgação deste Plano. A tabela abaixo, fracionada por mês, contempla atividades a curto (7 dias); médio (8 a 15 dias) e longo prazo (16 a 90 dias), considerando ainda atividades contínuas ou recorrentes após a realização de determinadas ações, face à necessidade ininterrupta de comunicação – incluindo pós-audiências, monitoramento e análise de resultados. A partir das reuniões de planejamento com a Contratante a programação inicialmente sugerida será ajustada com datas específicas, conciliando-a com a agenda geral da SEFAZ e do Governo do Estado.

		PERÍODO											
ETAPA	AÇÕES	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Planejamento e Operacionalização	Reuniões de contrato, análise e planejamento	X	X	X	X								
	Plano de Crise / Manual de Crise	X	X										
	Preparação de materiais visuais, impressos e eletrônicos	X	X			X	X	X			X	X	X
	Distribuição de materiais impressos por todo o estado	X	X	X	X								
	Elaboração de malling de Imprensa	X	X	X							X	X	X
Ações de Divulgação	Eventos de aproximação com a Imprensa		X	X	X								
	Veiculação mídias eletrônicas e digitais (rádio/tv/ web)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Blitz Cidadãs em locais públicos		X	X	X								
	Apoio e Atendimento à Imprensa / Plano de Pautas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Monitoramento e Avaliação	9. Monitoramento, Avaliação, Relatórios		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3. OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

3.1 DECLARAÇÃO DE IMPOSTO DE RENDA

Anualmente os cidadãos brasileiros têm até 30 de abril, às 23h59 (horário de Brasília), para transmitir os dados de suas declarações de imposto de renda do ano anterior à Receita Federal.

Com a obrigatoriedade de declaração imposta a toda a sociedade, mesmo àqueles que são isentos de tributação, pode-se dizer que tanto a população como a grande imprensa tornam-se extremamente sensíveis à pauta da cobrança de impostos e, à corresponde aplicação dos recursos públicos. Ainda que se trate de uma arrecadação em nível Federal, a coincidência de dadas dos prazos de declaração de IR, e do período de realização das audiências do PPA no Estado de São Paulo gera uma oportunidade de mídia positiva para divulgar assunto estadual e ainda, esclarecer as diferenças de arrecadação e de aplicação dos diferentes tipos de impostos – reforçando a oportunidade do cidadão paulista em participar da determinação de como esses recursos serão aplicados, ao menos em nível estadual.

3.2 IMPOSTÔMETRO

O Impostômetro, uma espécie de outdoor eletrônico gigante foi implantado em 2005 pela ACSP na Rua Boa Vista, centro da capital paulista, para conscientizar os cidadãos sobre a alta carga tributária e incentivá-los a cobrar os governos por serviços públicos de mais qualidade. Outros municípios e capitais se espelharam na iniciativa e instalaram seus painéis. Às vésperas do início das audiências, em 7 de fevereiro de 2019, o Impostômetro da ACSP registrou a marca de R$ 300 bilhões arrecadados na forma de impostos, taxas, multas e contribuições, pagos pelos brasileiros desde o primeiro dia do ano. Em acordo com o propósito do próprio Impostômetro, que deseja escancarar dados relevantes, e instigar a articulação da população diante do montante pago ao fisco, o espaço público central da capital mostra-se como um ambiente de trânsito de pedestres propício à realização da estratégia de Blitz Cidadã PPA aqui proposta, a fim de conscientizar as pessoas sobre a importância de participar do processo de planejamento de aplicação dos recursos, especificamente no Estado de São Paulo.

15

3.3 EXPANSÃO DA INTERNET E REDES SOCIAIS

O Brasil é um dos países com maior crescimento de usuários na Internet. Segundo o IBGE, são 10 milhões novos internautas por ano. Pesquisas recentes[1] estimam que em meio a uma população de 210 milhões de brasileiros, quase 150 milhões já estejam conectados[2]. Destes, 140 milhões são ativos em redes sociais como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter. Ou seja, 66% dos brasileiros acessaram alguma rede social pelo menos uma vez no último mês, permanecendo em média 3 horas e 34 minutos por dia. 85% deles estão on-line todos os dias.

A crescente permanência da população nas redes vem ao encontro da postura de planejar a comunicação formal da SEFAZ em canais como Facebook, Twitter e Instagram. As ações precisam ser planejadas, padronizadas, elaboradas em estrategicamente para acompanhar, respaldar e divulgar todas as ações propostas neste plano. Mesmo os já existentes esforços digitais por meio de perfis do Estado de São Paulo podem ser potencializados e utilizados de forma estratégica na distribuição de conteúdos e campanhas, se forem simultaneamente assessorados em um trabalho integrado de mídias sociais.

1 Dados retirados do ***Relatório Digital 2019: Brazil,*** produzido em parceria entre a Hootsuite e We Are Social, disponível no link: https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil

2 Outro dado relevante apontado pelo estudo: 66% dos brasileiros acessam a web via dispositivos móveis.

16

4. RISCOS À IMAGEM

4.1 BAIXA PARTICIPAÇÃO DA POPULAÇÃO

O baixo engajamento e ínfima participação da população nas reuniões que discutem o PPA podem ser considerados como um dos principais riscos à imagem da SEFAZ. Os números podem representar ignorância, apatia, não identificação do público, desinteresse, incapacidade de assimilação da relevância e do papel do cidadão no processo ou, ainda, a completa falha na estratégia de divulgação adotada. Tendo em vista que assuntos econômicos e de orçamento público são, por natureza, de certa complexidade gerencial e de suspeição para o senso comum, a divulgação ineficaz pode soar como desinteresse de realmente engajar a população. Uma vez que essas audiências são ferramentas formais de participação social e de transparência, a ampla presença dos paulistas nos encontros é uma condição para sua legitimidade. A divulgação ineficaz inviabiliza a participação de um número razoável de cidadãos, o que representa baixa participação popular durante o planejamento do PPA e a proposição de poucas propostas. O resultado é um Plano Plurianual elaborado sob a ótica de poucos, sem atender as reais necessidades da população do Estado, podendo gerar insatisfação da maioria.

4.2 ESTAGNAÇÃO DOS ODS EM SÃO PAULO

Disponibilizado no site da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) o 1º Relatório de Acompanhamento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável do Estado de São Paulo (2019) reúne indicadores do Estado para o cumprimento da Agenda 2030 dos ODS, proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU), nas áreas de saúde, segurança, educação, saneamento, energia e justiça social. O relatório demonstra como os programas governamentais se conectam com a Agenda 2030, e conclui que a evolução de SP na Agenda 2030 para ODS é baixa. Apesar de alguns indicadores se mostrarem positivos, boa parte se manteve estável ou apresentou involução no que se refere à meta do desenvolvimento, como o desemprego, que teve ascensão. A avaliação geral de que o Estado não tem apresentado significativo engajamento com a Agenda 2030 pode esvaziar o apelo agregado a esta edição do PPA, de vínculo temático com os ODS da ONU.

17

4.3 GUERRA FISCAL

Os incentivos fiscais, dados às montadoras e companhias aéreas com o objetivo de atrair investimentos e evitar saídas de grandes nomes da indústria, podem trazer desgaste à imagem da SEFAZ. Se por um lado os incentivos trazem investimentos e geração de empregos a SP, outros estados da federação sem o mesmo poder competitivo podem ter sua situação econômica ainda mais prejudicada, tendo em vista a crise econômica e tributária enfrentada por muitos destes.

O atrito entre São Paulo e outros estados neste sentido já pode ser observado em encontro realizado em 2019, durante encontro organizado pela Fundação Getúlio Vargas, onde a Secretária da Economia de Goiás fez alerta sobre as medidas adotadas, dizendo que "ações, como a redução do ICMS, diminuem a receita dos Estados e agravam a crise ao afetar a competitividade". Uma vez que, extrapolando o ambiente político, a própria Imprensa também passa a questionar os incentivos – como no caso da coluna escrita pelo jornalista Bernard Appy, do Estado de S. Paulo – a situações pode arranhar a imagem da SEFAZ junto à grande mídia e à população.

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3266 7392
www.upideias.com.br

ANÁLISE DE IMAGEM

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM

Data: 10/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 1 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Reportagens de destaque:

- **Estado de SP não envia mais aviso sobre IPVA; veja como pagar**
- **Já está em vigor o calendário para o pagamento do IPVA em SP**

Resumo: A reportagem da Folhainvest alerta os proprietários de veículos sobre o fato de o governo do estado de São Paulo não enviar mais a cobrança do IPVA por carta, que agora é feita por meio do site da SEFAZ.

A reportagem da Globonews alerta os proprietários de veículos do estado de São Paulo sobre a chegada do início do calendário de pagamento do IPVA.

Pontos positivos: A reportagem da Folhainvest serve para alertar aquele motorista que ainda não tem conhecimento do não envio das cartas de cobrança e também o orienta com o passo a passo de como realizar o pagamento, informando sobre a possibilidade de parcelamento do valor a ser pago, locais onde o pagamento pode ser efetuado e orientações sobre descontos e multas por dia de atraso.

A reportagem da Globonews também reforça estas informações aos proprietários, além de adicionais, como a tabela de pagamento por ordem numérica da placa do veículo.

Pontos negativos: No caso da Folhainvest, o aviso do não envio de cartas deveria ser feito pelo próprio órgão, e não por meio da imprensa, por se tratar de informação de grande importância.

Ações a serem tomadas: Promover, em data próxima ao começo do período de coleta de pagamento do IPVA, ações via redes sociais que ajudem a divulgar a informação do novo método de pagamento do imposto.

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 15/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Reportagem de destaque:

- **Secretaria da Fazenda do Estado de SP repassa 695 milhões em ICMS para os municípios paulistas**

Resumo: A reportagem da Rádio Comercial 1440 AM traz a informação de que a SEFAZ repassou aos municípios o valor de 695 milhões de reais em ICMS. Esta quantia foi arrecadada no período de 7 a 11 de janeiro, correspondendo a 25% do que foi arrecadado pelo imposto.

Pontos positivos: O valor repassado pelo órgão serve de incentivo para que os municípios apliquem em áreas como infraestrutura, saúde, segurança e educação, o que impulsiona o desenvolvimento das cidades.

Riscos de imagem: Não há.

Ações a serem tomadas: Podem ser desenvolvidas campanhas que divulguem a ação da SEFAZ e sua vontade em contribuir com o avanço e desenvolvimento das cidades paulistas, tornando o assunto parte de uma agenda positiva.

21

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 17/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 1 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Reportagem de destaque:

- **Secretaria da fazenda investiga 22 fábricas de joias**

Resumo: Em operação, a SEFAZ fiscalizou 22 fábricas de joias e bijuterias, acusadas de sonegação de imposto, através de coleta de informações para confirmar o crime. Algumas industrias tinham número elevado de funcionários e compravam muitas cestas básicas. O que chamou a atenção dos técnicos foi o enriquecimento dos fiscais.

Pontos positivos: A investigação mostra a preocupação da Secretaria em combater a sonegação de impostos, o que traz como consequência maior arrecadação de recursos que podem ser utilizados para o desenvolvimento econômico do estado.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: O combate à sonegação de impostos deveria virar pauta constante na agenda positiva do SEFAZ. Ao fim da investigação, seria fundamental a realização de uma coletiva de imprensa, objetivando divulgar o balanço da operação e expondo o quanto de imposto sonegado retornará aos cofres públicos com as ações advindas das operações de fiscalização.

22

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 19/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Reportagem de destaque:

- **Impostos estaduais de SP poderão ser pagos no cartão de crédito**

Resumo: João Dória anunciou que os impostos, como IPVA e ICMS, poderão ser pagos com cartão de crédito. O secretário de Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, diz que o governo está em fase final de negociação com as operadoras de cartão de crédito e que a medida deve entrar em funcionamento em breve. Também é negociada a possibilidade de parcelamento do valor dos tributos.

Pontos positivos: A possibilidade de pagar tributações com cartão de crédito é de grande vantagem e facilidade, pois, além de garantir o pagamento dos impostos, também diminui a burocracia e traz mais uma alternativa de pagamento para aqueles que não dispõem o valor em dinheiro para pagar os impostos no momento da cobrança.

Riscos de imagem: O risco é que existam pessoas que deixam de pagar a fatura do cartão de crédito no final do mês, mas isso não significa que a SEFAZ deixará de receber as tributações.

Ações a serem tomadas: Criação de campanha que divulgue amplamente o novo método de pagamento aceito. Exemplo: "Agora você pode pagar o IPVA/ICMS com cartão de crédito, mais uma facilidade para você.".

23

Data: 23/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 1

Destaques:

- **SP usará Sabesp para cumprir orçamento este ano, diz Meirelles**
- **Com ameaça da GM, SP estuda incentivo fiscal para montadoras**

Resumo: Na primeira matéria, o secretário Henrique Meirelles anuncia que a venda da SABESP, que faz parte da bandeira de desestatização da gestão Dória, servirá para cumprir o orçamento de 2019. A venda da Sabesp ajudaria a encobrir 20 bilhões de reais em receitas consideradas incertas.

A segunda matéria diz respeito à ameaça da General Motors de deixar o Brasil. Este fato fez com que o governador João Dórias acenasse para todas as montadoras com incentivos fiscais. Segundo economistas, tal medida é preocupante, pois pode deflagrar concorrência entre os estados para cessão de incentivos em cenário de grave crise fiscal.

Pontos positivos: Na primeira reportagem, o ponto positivo é o encobrimento de 20 bilhões de reais de receitas incertas, o que já serve para manter o equilíbrio das contas públicas e do orçamento.

Na segunda, o ponto positivo é a mobilização por parte dos governantes para concretizar a permanência da GM no Brasil. Tal mobilização demonstra interesse por parte do estado em incentivar a economia e visa evitar as consequências negativas na economia e na sociedade, causadas por uma possível saída da montadora de automóveis do estado.

Pontos negativos: O ponto negativo da desestatização da SABESP é o grande número de funcionários que vão ficar desempregados durante certo período de tempo, o que geraria desgaste não só para a SEFAZ, mas também para o governo estadual.

No caso da GM, o ponto negativo é o fato de que é preciso que todas as montadoras do país recebam incentivos fiscais, para que não haja insatisfação geral. Outro ponto negativo é que o

24

país passa por momento de crise na arrecadação fiscal, e tal corrida entre os estados para cessão dos incentivos poderia piorar ainda mais esse quadro.

Ações a serem tomadas: Caso ocorra a desestatização da Sabesp, convocar coletiva de imprensa para esclarecimentos pertinentes ao futuro do enorme número de funcionários que serão exonerados, explicando detalhadamente o funcionamento do amparo a estes trabalhadores, tendo em vista que o número de desempregados do país aumentaria ainda mais.

No caso da GM, não há ação a ser tomada.

25

Data: 30/01/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Governo de SP zera ICMS de frutas, verduras e hortaliças embalados**

Resumo: O governo anunciou que produtos como frutas, verduras e hortaliças embalados serão isentos de ICMS, possibilitando assim uma diminuição no preço destes produtos.

Pontos positivos: A diminuição do preço destes produtos é algo que pode agradar o consumidor e o incentivar a consumir mais destes produtos, gerando aumento na movimentação financeira e na saída destes produtos, diminuindo o desperdício por causa da perecibilidade destes produtos.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Divulgar a isenção através das redes sociais. Por exemplo: vídeo que encena consumidora vendo o preço destes produtos diminuindo e alguém explicando para ela que agora frutas, verduras e hortaliças embaladas estão isentas de impostos por causa das ações do estado.

26

Data: 01/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaque:

- **GM e Doria negociam incentivos após 2023 em troca de aportes de R$ 9 bi**

Resumo: Depois da incerteza da permanência da GM no Brasil, a montadora sinaliza que fica no país. Através de conversas com o governo João Dória, foi definido que a multinacional investirá 9 bilhões de reais no país entre 2019 e 2022, com expectativa de colha de resultados a partir de 2023.

Para evitar o blefe da montadora sobre não deixar o país caso não lucrasse, o secretário Meirelles encontrou-se pessoalmente com investidores americanos.

Pontos positivos: O investimento da GM, aliado à sua permanência no país, evitou um aumento massivo no número de desempregados e contribuirá para o aumento da receita do estado de São Paulo.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Concretizada a permanência, convocar coletiva de imprensa com representantes do governo, da SEFAZ e da montadora para detalhar melhor como vão funcionar os investimentos, as cessões de incentivos fiscais e a permanência da GM no país.

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 05/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 3 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Todas as reportagens deste dia falam sobre o pacote de medidas anunciadas por João Dória para ajudar companhias aéreas.**

Resumo: O governador João Dória anunciou um pacote de medidas para ajudar companhias aéreas, depois que estas procuraram o governo para pedir a redução de 25% para 12% na alíquota do ICMS do querosene de aviação de voos domésticos, por considerarem que o imposto cobrado em São Paulo é maior que em outros estados. Além disso, o governo também anunciou que, seguindo a bandeira da desestatização, estuda privatizar 20 dos 25 aeroportos do estado.

Pontos positivos: O corte fez com que as companhias aéreas lançassem 490 novos voos semanais no estado, dando assim mais opções para o consumidor.

Pontos negativos: A perca da arrecadação deste imposto pode levar o governo a tomar medidas como o aumento do ICMS em outros produtos para que haja compensação. Também não existe a garantia de que estas ações acarretariam alguma redução no valor das passagens aéreas aos cidadãos.

Ações a serem tomadas: Press release explicando o pacote e tudo o que vai mudar com o corte de parte do ICMS, respondendo perguntas como: algum outro produto vai ter o ICMS elevado para compensação do que foi cortado dos combustíveis aéreos?

28

Data: 06/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Corte de imposto de combustível em SP anima aéreas**

Resumo: O corte do ICMS sobre o combustível aéreo anunciado pelo governo de SP animou as companhias aéreas, que tiveram ganhos em ações, como nos casos da Gol e da Azul.

Pontos positivos: o ganho nas ações pode significar um incentivo à mais para as companhias baixarem os custos das passagens aéreas no estado de São Paulo, tendo também como aliados os novos 490 voos dentro do estado. Isso pode incentivar a vinda de turistas ao estado, fazendo com que haja uma maior movimentação financeira e também servindo de incentivo para empresas que desejam investir em São Paulo.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Após um determinado período de tempo da implantação das novas rotas aéreas, sondar junto às companhias aéreas o impulso do turismo decorrente do corte de ICMS, além da verificação do possível reflexo na redução do preço das tarifas aéreas.

29

Data: 08/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 2 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Dória vai aumentar tributos para compensar ICMS menor a setor aéreo**
- **Estados pedem ao STF que autorize corte nos salários de servidores**

Resumo: A primeira matéria trata do anúncio de que algum produto terá aumento de ICMS para compensar o corte que o mesmo imposto sofreu no setor aéreo. O secretário Meirelles diz que essa compensação vai seguir a Lei de Responsabilidade Fiscal, que determina que a redução tributária anunciada terá de ser compensada pela criação de outra fonte de receita recorrente.

A segunda trata do pedido de estados, como PR, MG, RS e GO, ao STF para cortar salários de servidores. Essa medida poderia ser tomada em caso de frustração de receitas. Porém, SP não teve tempo de assinar a carta, mesmo a apoiando.

Pontos positivos: Na primeira reportagem, o ponto positivo é de que não haverá perda de arrecadação de impostos com o corte que beneficia as empresas aéreas, tendo em vista que os tributos vão ser aumentados sobre algum produto para que haja compensação.

No segundo, o ponto positivo é que não haverá clima hostil por parte dos servidores, que poderão não ter os salários cortados pois o governo não assinou a carta destinada ao STF a tempo.

Pontos negativos: Na primeira reportagem, setores que vão receber o aumento do ICMS poderão ficar descontentes com a medida.

Na segunda, o fato de não assinar a carta ao STF pode, no futuro, gerar frustração de receitas.

Ações a serem tomadas: Sobre a primeira reportagem, convocar coletiva de imprensa para detalhar o funcionamento do aumento dos tributos e explicar qual setor/produto vai ser afetado e como será o procedimento

Data: 11/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Doria prepara ajustes para evitar apagão de caixa em ano eleitoral**

Resumo: A gestão Doria prepara uma série de medidas a fim de evitar um sufocamento dos investimentos no estado de São Paulo. Serão tomadas medidas como o aumento de receitas e a diminuição de despesas com privatizações e concessões, além mudanças estruturais a serem tomadas com aposentadorias e salários.

Pontos positivos: As mediadas descritas na reportagem podem trazer alívio nas contas públicas, evitando que o orçamento fique no vermelho e possibilitando o investimento de recursos em áreas como educação, saúde e infraestrutura.

Pontos negativos: Por outro lado, as medidas podem ser mal interpretadas pela opinião pública, vista como uma medida eleitoreira e não como uma ação para evitar o apagão de caixa.

Ações a serem tomadas: Desenvolvimento de cartilha explicando todos os passos a serem tomados para a aplicação dos ajustes.

37

Data: 15/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 2 | IMPRESSO: 2 | INTERNET: 0

Destaques: Todas as matérias analisadas falam sobre a concessão de rodovias, mais especificamente sobre a concessão de 1.201 km de estrada no estado de São Paulo.

Resumo: O governo paulista anunciou a concessão de 1.201 km de estradas, que vão receber 9 bilhões de reais de investimento ao longo de 30 anos. Segundo o governador, a concessão é feita por conta da necessidade da melhoria na qualidade dos serviços prestados nos trechos concedidos.

Pontos positivos: A diminuição do pedágio em horário de menos demanda pode atrair o turismo para o estado, bem como o investimento de 9 bilhões pode melhorar significativamente os trechos sob concessão. Serão duplicadas rodovias e instaladas câmeras de segurança com leitor automático de placas. Para a população paulista, isso significa que as estradas estarão cada vez mais seguras para trafegar.

Pontos negativos: As obras podem piorar ainda mais o trânsito em trechos importantes, tornando o fluxo de veículos lento até a conclusão.

Ações a serem tomadas: Trabalhar em conjunto com as empresas vencedoras de licitação no que diz respeito à comunicação, para informar aos motoristas quando começarão obras em determinados trechos.

Data: 21/02/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Governo de São Paulo buscará comprador para fábrica da Ford em São Bernardo do Campo**

Resumo: O governador João Doria anunciou que vai buscar um comprador para a fábrica da Ford, localizada em São Bernardo do Campo. Ele ainda afirmou que o fechamento da fábrica vai ocorrer ao longo de 2019

Pontos positivos: Novos compradores poderão ver com bons olhos a estrutura da fábrica, o que traria investimentos ao estado e também promoveria a geração de empregos.

Pontos negativos: O contingente de trabalhadores da fábrica desativada não seria amparado pelos compradores, o que significa que o número de desempregados no estado pode subir.

Ações a serem tomadas: Convocar coletiva de imprensa para detalhar as negociações com a Ford, dar perspectivas sobre os novos compradores e falar sobre ações a serem tomadas pela empresa para os trabalhadores que perderão seus empregos.

Data: 08/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 1 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Estado lança programa de incentivo**

Resumo: O governo de São Paulo lançou programa de incentivo fiscal para montadoras de veículos que fizerem novos investimentos e criarem vagas de emprego.

Pontos positivos: Os incentivos têm como consequência a geração de empregos para o estado e contribuição para a economia de São Paulo. Perante a crise de emprego que o país enfrenta, é de grande relevância que, incentivadas pelo estado, montadoras proporcionem novas vagas de trabalho para a população desempregada.

Pontos negativos: O desconto no ICMS pode, assim como no caso das companhias aéreas, ser compensado em outros produtos, o que pode elevar preço de mercadorias que já tem um alto custo.

Ações a serem tomadas: Tornar o assunto parte de uma agenda positiva que destaque os esforços da Secretaria para contribuir com a economia do estado e com a geração de empregos.

Data: 11/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaque:

- **Entenda como funciona o orçamento público mundo afora**

Resumo: Matéria do Estadão que explica como funciona o orçamento público em locais como a União Europeia e países da América Latina. São Paulo é citado por conta do orçamento por resultados, vigente desde 2012. A matéria também explica a Lei do Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual.

Pontos positivos: Usar São Paulo como exemplo de estado com orçamento por resultados reforça o compromisso de órgãos como a SEFAZ para equilibrar as contas públicas. A matéria também é didática para aqueles que desejam entender como é traçado o orçamento do estado.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Criação de posts para redes sociais que expliquem como funciona a organização do orçamento por resultados, de forma didática e compreensível para pessoas que podem não ter muito conhecimento sobre orçamento público.

35

Data: 14/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaque:

- **Fornecedores não afetam notas de empresas paulistas**

Resumo: A matéria trata do programa de regularização tributária "Nos Conformes" e as notas dadas a contribuintes paulistas por meio deste. Também há destaque para o fato de o programa já ter ultrapassado a meta anual de arrecadar R$1 bilhão, tendo entrado já R$1,25 bilhão em caixa, até o fim de fevereiro.

Pontos positivos: Segundo a matéria, os clientes têm visto com bons olhos o "Nos Conformes".

Pontos negativos: A fiscalização de fornecedores é de obrigação do Fisco, e não das empresas. Esse fato pode gerar mal-estar entre essas duas partes e também perante o mercado. É preciso que se faça ajustes que não prejudiquem os contribuintes.

Ações a serem tomadas: Convocar assessoria de imprensa para dar esclarecimentos pertinentes ao programa, de forma que todas as dúvidas quanto ao funcionamento do programa sejam respondidas. Incentivo aos contribuintes, por meio de posts em redes sociais, para que estes consultem as classificações e forneçam feedbacks como requerimento de correções de erro, reportar bugs e sugerir aperfeiçoamentos do sistema.

36

Data: 15/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaque:

- **Plano Plurianual de 2020 a 2023 tem Audiência Pública**

Resumo: A primeira reportagem trata do anúncio do governo de São Paulo sobre o início das audiências públicas para tratar do Plano Plurianual de 2020 até 2023. Na matéria, divulgada pelo próprio governo, é explicada a importância da audiência pública, que garante transparência, como ferramenta de participação social durante a elaboração do PPA.

Ponto positivo: O próprio governo convocar a população faz com que a imagem deste se torne positiva perante a opinião pública, tendo em vista que esse chamado faz com que fique clara a vontade da administração pública para com a presença da população durante as audiências. Isso mostra que o governo de São Paulo preza pela transparência com seu orçamento e seus gastos.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Divulgar em mais canais as datas de audiências, como nas rádios, redes sociais e em canais locais de televisão. Isso pode ampliar o alcance da divulgação das reuniões e incentivar mais pessoas para participar dos encontros e discussões.

37

Data: 17/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Doria deflagra guerra fiscal**

Resumo: A matéria fala sobre a crise fiscal que atinge o país, onde muito se gasta e pouco se arrecada, e suas consequências, como a ameaça da Ford em fechar a fábrica no ABC paulista e também a ameaça da GM. É uma crítica aos incentivos fiscais dados pela gestão Doria.

Pontos positivos: Não há.

Pontos negativos: A matéria coloca em xeque os incentivos fiscais dados às montadoras e companhias aéreas pelo governo de São Paulo, expondo as fragilidades dessas doações, de modo que pode colocar a população contra as ações tomadas pelo estado. Uma das fragilidades é a incerteza do retorno de renda e de geração de emprego por parte das fábricas, que mesmo se comprometendo a assumir tais responsabilidade não pode dar certeza total, por falta de informações seguras.

Ações a serem tomadas: Lançar nota respondendo a matéria e explicando todos os passos a serem tomados com a concessão de incentivos fiscais às montadoras e companhias aéreas, afirmando o compromisso da SEFAZ para com o equilíbrio das contas públicas e para com a transparência de gastos e arrecadações.

38

Data: 18/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Plano Plurianual de 2020 a 2023 tem Audiência Pública**

Resumo: O jornal O Dia replica a reportagem lançada pelo governo de São Paulo sobre a Audiência Pública que trata do Plano Plurianual.

Pontos Positivos: Divulgação por jornal local amplia o alcance da audiência, fazendo com que mais pessoas saibam da realização e se interessem por participar. Ressaltar que a audiência serve como ferramenta de transparência e de participação social, sendo fundamental para a divulgação positiva da imagem do governo estadual e da SEFAZ.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Continuar divulgando em vários canais as datas de realização das audiências, reforçando a importância da participação da população e da realização de encontros, onde seria possível apresentar propostas para o Plano Plurianual.

39

Data: 19/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 2 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 4

Destaques:

- **SP dará desconto gradual de ICMS para montadoras**
- **São Paulo na guerra fiscal**
- **Montadora GM promete investir R$ 10 bilhões em SP**
- **GM anuncia plano de investimentos de R$10 bilhões em SP**
- **General Motors anuncia investimentos de R$ 10 bilhões em fábricas paulistas**
- **Plano Plurianual 2020/2023: Audiência Pública Eletrônica acontece até dia 15 de abril**

Resumo: A primeira reportagem em destaque, do Valor Econômico, trata do programa de incentivos fiscais para a indústria automobilística, que prevê desconto gradual sobre o ICMS. A matéria traz números, como: para cada 1 bilhão investido pelas montadoras, o governo paulista abaterá 2,7% no ICMS dos veículos produzidos a partir daquele investimento. Isso fez com que a GM anunciasse um novo plano de investimentos voltado às fábricas instaladas em SP.

A segunda reportagem em destaque é uma coluna de Bernard Appy, do Estado de S. Paulo. Em sua coluna, o jornalista trata das concessões de incentivos fiscais dadas pelo governo paulista para montadoras que investirem no estado. Bernard critica a decisão por considerar que, mesmo sendo positiva em relação a atração de investimentos, é negativa em relação aos Estados, pois estes deixam de poder receber recursos, que serão alocados preferencialmente em SP.

As 3 reportagens tratando do investimento da GM no estado, da SP2, Jornal GloboNews e G1 Nacional, abordam as consequências do investimento de R$10 bilhões em fábricas paulistas, como a preservação de 13 mil empregos e a fabricação da nova geração da picape S10 na fábrica de São José dos Campos.

A reportagem sobre o Plano Plurianual é do próprio governo e também foi replicada pelo jornal Folha Nobre. A matéria destaca a importância da realização da audiência pública e reforça que os encontros serão realizados até o dia 15 de abril.

Pontos positivos: As matérias sobre a GM mostram que a decisão do governo de conceder incentivos fiscais foi acertada, tendo em vista que 13 mil trabalhadores permanecerão em seus empregos, contribuindo assim para a continuidade da movimentação financeira do estado e também atraindo mais investimentos para São Paulo.

A divulgação de matéria sobre o Plano Plurianual em jornais continua a ser benéfico por atrair mais pessoas interessadas em trazer propostas para as reuniões, promovendo assim cada vez mais participação social e preservando a transparência das contas públicas.

Pontos negativos: A matéria de Bernard Appy expõe as fragilidades dos incentivos dados pelo governo a montadoras e companhias aéreas, que acaba por tirar investimentos de outros estados que também estão vivendo crise fiscal, piorando ainda mais a situação destes.

Ações a serem tomadas: Promover publicações reforçando a parceria entre GM e governo do estado, explorando números (como os 13 mil empregos garantidos) para que o assunto se torne parte de agenda positiva, tendo em vista a crise de desemprego que o país enfrenta.

Também é preciso continuar divulgando a realização das Audiências Públicas sobre o Plano Plurianual, para ter mais alcance.

41

Data: 21/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaques:

- **População participa da elaboração das diretrizes do Orçamento de 2020**
- **Doria nega que incentivos ficais signifiquem início de guerra fiscal com outros estados**

Resumo: A primeira reportagem, elaborada pelo próprio governo, trata da participação popular nas Audiências Públicas do Plano Plurianual.

A segunda reportagem, da Rádio BandNews, é sobre a fala do governador João Doria, que nega o início de guerra fiscal com outros estados, por conta dos incentivos fiscais dados a montadoras e companhias aéreas.

Pontos positivos: O posicionamento de Doria sobre possível guerra fiscal é positivo, tendo em vista que a fala foi de que a política de incentivos fiscais faz parte de processo de geração de empregos, fato que é importante, tendo em vista o grande número de pessoas desempregadas no país e no estado de São Paulo.

Sobre as audiências públicas, é acertada a decisão de continuar divulgando a realização dos encontros para alcançar mais interessados em participar.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem realizadas: Captar dados de quantas pessoas já participaram das Audiências Públicas para produção de peças que chamem mais interessados para as reuniões.

Gravar vídeo com secretário da SEFAZ ou com o Governador, reforçando mais uma vez a impossibilidade de início de guerra fiscal com outros estados por conta dos incentivos dados a montadoras e companhias aéreas.

42

Data: 23/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Incentivo à competência**

Resumo: Coluna escrita pelo Governador João Doria para defender a política de incentivos fiscais.

Pontos positivos: Deixa clara a posição do governo em manter transparência quanto às tomadas de decisão. É de grande valor que um governador se posicione publicamente, por meio de coluna, sobre as políticas, abordando os investimentos e a geração de empregos para o estado de São Paulo.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Não há necessidade.

43

Data: 27/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Nova concessão acrescenta 15 novos pedágios às rodovias de SP**

Resumo: A reportagem trata da consequência da política de concessão do governo, que são 15 novos pedágios às rodovias de São Paulo. A matéria mostra que prefeitos de cidades do estado ficaram insatisfeitos com a notícia, pois consideram que o número de pedágios já é elevado demais.

Pontos positivos: Não há.

Pontos negativos: A insatisfação de prefeitos e da população pode colocar em xeque a política de concessões. Tendo em vista que esta é uma das bandeiras do governo Doria, não seria positivo que fosse contestada fortemente, ainda mais por prefeitos.

Ações a serem tomadas: Captar dados de quanto estes novos pedágios poderão arrecadar, pois através da arrecadação será possível investir na infraestrutura das rodovias e divulgar posteriormente em nota, para que se saiba que os pedágios fazem parte do processo de modernização e reforma das estradas.

44

Data: 28/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Secretários de Fazenda de 5 estados reafirmam apoio à reforma da previdência**
- **Governo paulista faz consórcio com estados do Sul e Sudeste.**

Resumo: São Paulo é citada na primeira matéria pois uma gestora de Goiás viu início de guerra fiscal com a concessão dos incentivos fiscais a montadoras e companhias aéreas.

A segunda matéria trata de consórcio entre SP e mais seis estados do Sul e Sudeste para reduzir a guerra fiscal entre os governos estaduais.

Pontos positivos: O consórcio entre os estados enterra de vez o assunto da guerra fiscal, que como é possível ver, havia sido abordado por uma Gestora de Goiás no mesmo dia do anúncio, em evento organizado pela Fundação Getúlio Vargas.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Lançar nota oficial dando detalhes aprofundados sobre o consórcio entre os estados para que não seja fomentada qualquer especulação de guerra fiscal iniciada pelo estado de São Paulo.

45

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 29/03/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Após acordo com governo de SP, Gol amplia malha**

Resumo: A Gol anunciou que vai ampliar sua malha aérea no estado de SP, atendendo seis novos destinos regionais, após a redução da alíquota do ICMS no combustível de aviões.

Pontos positivos: A ampliação da malha aérea fomenta o aumento do turismo no estado, tendo em vista que pessoas de diferentes cidades poderão se deslocar até SP, trazendo mais dinheiro para os cofres públicos.

Pontos negativos: Não foi divulgado se haverá ou não diminuição de preço de passagens aéreas.

Ações a serem tomadas: Incentivar ainda mais o turismo para o estado, usando como bandeira a maior disponibilidade de rotas aéreas, o que permite que pessoas de diferentes regiões do Brasil viagem até SP, como consequência das políticas de concessão de incentivos fiscais.

46

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 01/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 2 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Governo do estado detalhou hoje seu plano de contingenciamento de gastos**
- **Doria nega corte de verbas em projeto social de São Paulo**

Resumo: A primeira reportagem trata do plano de contingenciamento de gastos, detalhado pelo governo, que vai atingir todas as secretarias, inclusive a SEFAZ.

A segunda é sobre João Doria ter negado que o contingenciamento de gastos fosse afetar projetos sociais, como o projeto Guri, onde vários funcionários haviam recebido aviso prévio de demissão.

Pontos positivos: Manter o projeto guri evita que crianças e adolescentes fiquem na rua no contra turno de suas aulas, o que mostra preocupação por parte do governo para com os projetos sociais desenvolvidos no estado.

Pontos negativos: O contingenciamento de gastos pode afetar de maneira negativa a SEFAZ, sendo que o motivo é o déficit fiscal de 10,5 bilhões, somado a receitas incertas contidas no orçamento.

Ações a serem tomadas: Não há.

47

Data: 02/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Dória estuda emitir dívida e dar royalties como garantia**

Resumo: O Secretário Meirelles disse em pronunciamento que a gestão Doria planeja emitir títulos da dívida com os royalties do petróleo como garantia, tendo em vista que, ainda segundo o secretário, as receitas previstas no orçamento de 2019 foram feitas com otimismo excessivo.

Pontos positivos: É possível que a pasta receba 4 bilhões de reais pela operação, fazendo com que se cumpra os 4,8 bilhões previstos no orçamento. Isso mostra a preocupação do órgão com o cumprimento do que foi previamente determinado.

Pontos negativos: Ainda existem as incertezas, como a privatização da SABESP e a dúvida de aumento da arrecadação do ICMS.

Ações a serem tomadas: Nota oficial à imprensa que explique em detalhes como funcionará a emissão de títulos da dívida com os royalties do petróleo como garantia, aliando isso a um discurso otimista de equilíbrio de contas públicas do estado em 2019.

48

Data: 06/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Governo de São Paulo anuncia plano de concessão do Zoo, Zoo Safari e Jardim Botânico**

Resumo: Seguindo a bandeira de concessões, o governo de São Paulo anunciou a concessão do Zoo, Zoo Safari e Jardim Botânico por um período de 35 anos.

Pontos positivos: Tendo em vista que locais, como o Jardim Botânico, davam prejuízo de 4 bilhões de reais aos cofres públicos, é possível que a população enxergue a concessão destes lugares com bons olhos, observando-se que o estado busca cumprir o orçamento de 2019.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Em data próxima às audiências públicas para tratar da concessão dos locais, promover campanhas para divulgar as reuniões, afirmando que a concessão será benéfica, sendo que através dela busca-se a modernização e melhor manutenção das áreas, que traziam prejuízos aos cofres públicos.

49

Data: 11/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 2 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Crescer com responsabilidade fiscal**
- **Meirelles afirma que vai analisar pleito da Caoa para inclusão no IncetivAuto**
- **Governo de SP definirá condições para que Caoa tenha direito a incentivos se comprar fábrica da Ford**

Resumo: A primeira matéria é uma coluna escrita pelo secretário Henrique Meirelles, onde ele reforça a presença de indústrias de São Paulo e do Brasil na economia global, afirmando ainda que São Paulo não compete com outros estados, mas sim com outros países. Ele ainda reforça a presença da política da gestão Doria de abertura de investimentos e participação da iniciativa privada no desenvolvimento de São Paulo.

Na segunda e terceira matérias, o secretario Meirelles fala sobre o pleito da Caoa para ser incluída no IncetivAuto e o desejo desta de comprar a planta de pesados em São Bernardo do Campo.

Pontos positivos: A primeira matéria mostra o compromisso da SEFAZ em continuar trabalhando para atrair cada vez mais investimentos para o estado, através da inciativa privada, trazendo como consequência a geração de empregos, fomentando a vontade de investir no estado para aumentar a entrada de recursos nos cofres públicos.

A segunda mostra que a política de concessões começa a surtir efeitos e a atrair novos investimentos para o estado, sendo assim benéfico para a imagem da SEFAZ, que é responsável pelos recursos do estado.

Pontos negativos: A primeira pode gerar mal-estar entre São Paulo e outros estados, que podem ter se sentido "desvalorizados" com a fala de Meirelles, que diz que SP não compete com outros estados, mas sim com outros países.

50

Ações a serem tomadas: Caso haja algum posicionamento de contestação da fala de que São Paulo compete com outros países, coletar dados que comprovem a fala e emitir nota com essas informações, dizendo que o objetivo não foi insultar as outras unidades federativas, mas sim afirmar algo que é concreto.

51

Data: 12/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Foton entra na disputa pela fábrica da Ford**

Resumo: A fabricante de caminhões chinesa Foton entrou na disputa para comprar a fábrica da Ford.

Pontos positivos: Mostra que a decisão do governo estadual e da SEFAZ de atrair investimentos privados tem dado resultados e que, assim que se realizem as reuniões de compra, São Paulo passará a gerar mais empregos e terá mais dinheiro nos cofres públicos.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem realizadas: Próximo da data das audiências de compra, convocar coletiva de imprensa para apresentar balanço do programa, qual a estimativa de receitas que se espera receber com os investimentos e quantos empregos aproximadamente serão gerados.

52

Data: 13/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 1

Destaques:

- **Audiência públicas temáticas do PPA têm início na próxima segunda**
- **IncentivAuto não terá renúncia, diz Meirelles.**

Resumo: A primeira matéria trata do início das audiências públicas para tratar do plano plurianual, reforçando as datas em que serão realizados os encontros e explicando o que será tratado nas reuniões.

A segunda trata das regras do IncentivAuto, que foram anunciadas pelo secretário Henrique Meirelles como, por exemplo, investir no mínimo 1 bilhão, para ter abatimento de 2,5% no ICMS.

Pontos positivos: A divulgação da proximidade do início das audiências que tratarão do PPA pode atrair mais interessados em participar dos encontros, que é de extrema importância para a SEFAZ e para o estado. Isso garante que a imagem do órgão seja de comprometido com a transparência das contas públicas.

A segunda matéria tem caráter explicativo, principalmente para a parcela da população que não entende como funcionará o programa IncentivAuto e os benefícios que ele trará para o estado de São Paulo.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Gravação de vídeo publicitário a ser divulgado nos canais oficiais da SEFAZ, convocando os paulistas a participarem das audiências públicas do PPA.

Data: 17/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 1 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaques:

- **Secretaria da Fazenda faz ação contra sonegação de R$ 400 milhões em 27 cidades de SP**
- **Secretaria da Fazenda de SP faz operação contra fraude no ICMS**

Resumo: Ambas as matérias falam sobre operação deflagrada pela SEFAZ contra fraude no ICMS, que tinha sonegação de R$400 milhões em 27 cidades de SP, investigando importação de mercadorias por 80 estabelecimentos de 48 empresas importadoras de alimentos, bebidas e insumos químicos.

Pontos positivos: Mostra a determinação do órgão em combater a sonegação de impostos, que é negativo para os cofres públicos. Nessa operação, empresas chegaram a sonegar 66 milhões de reais, o que já faria diferença no orçamento do estado.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Ao final da operação, convocar coletiva de imprensa para dar balanço de quanto foi, ou será recuperado junto às empresas, além de informar qual o impacto dessa recuperação nos cofres públicos, por meio de dados coletados. Outra ação é produzir cartilha a ser distribuída entre os jornalistas da coletiva para posterior produção de matérias sobre o assunto em pauta.

Data: 24/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 1 | IMPRESSO: 0 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Secretaria Estadual da Fazenda do Estado de SP notifica motoristas com débitos de IPVA**

Resumo: A SEFAZ notificou motoristas que estão com débitos de IPVA em aberto. Eram mais de 309 mil veículos com pagamentos não realizados, o que gera dívida de mais de 328 milhões de reais.

Pontos positivos: Reforça a imagem da SEFAZ como um órgão preocupado com os cofres públicos e que preza pelo pagamento de todas as tributações dos contribuintes do estado. Quando o estado tem recursos, é possível fazer investimentos nas áreas de saúde, educação e segurança, e é papel da SEFAZ lutar para que as contas fiquem equilibradas e que a população pague seus impostos.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Incentivar por meio de publicações em redes sociais o pagamento do IPVA por parte de motoristas inadimplentes, reforçando que também é possível pagar a tributação com cartão de crédito.

55

Av. Comendador Franco, 5325 | Uberaba, Curitiba - PR | CEP: 81560-000 | +55 41 3156 9382
www.upideias.com.br

Data: 28/04/2019

Reportagens analisadas: TV: 0 | RÁDIO: 0 | IMPRESSO: 1 | INTERNET: 0

Destaque:

- **Estado prorroga isenção de ICMS para taxistas**

Resumo: A matéria informa que o governador João Doria publicou decreto que prorroga até 30 de abril de 2020 a isenção do ICMS, concedida na aquisição de veículos utilizados como táxi. A reportagem ainda detalha o passo a passo para adquirir um automóvel utilizando o benefício.

Pontos positivos: A matéria divulga a ampliação da isenção ICMS para taxistas, informando esse grupo populacional de que um benefício foi ampliado pelo governo.

Pontos negativos: Não há.

Ações a serem tomadas: Post de alerta da extensão da isenção do ICMS para taxistas nos canais da SEFAZ, colocando na descrição do post como fazer a solicitação de isenção em uma unidade de atendimento da Secretaria.

56