

Proposta Técnica

VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO



PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA NC n.º 01/2019
VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI
CNPJ 10.354.430/0001-65
UNIDADE CONTRATANTE
SECRETARIA DA FAZENDA E PLANEJAMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO
46.377.222/0001-29

RACIOCÍNIO BÁSICO

No mundo corporativo, o planejamento estratégico é fundamental para auxiliar uma empresa a atingir seus objetivos, desenhando o caminho que a instituição deverá trilhar. Ao planejar, uma companhia estabelece a orientação a ser seguida e, desta forma, se prepara para o futuro, com maior segurança e menores riscos.

A administração pública também requer planejamento para alcançar resultados mais eficazes, em benefício da população. Deste modo, o Plano Plurianual (PPA) é o instrumento que define as diretrizes e metas de um governo no médio prazo, estabelecendo o que deverá ser feito em um período de quatro anos.

O PPA é, portanto, uma ferramenta de planejamento acerca das grandes obras e de serviços da gestão pública em diferentes áreas, como saúde, educação, segurança pública, saneamento, infraestrutura, assistência social, trabalho, desenvolvimento econômico e outros, visando levar melhorias para o estado como um todo ou para suas regiões.

No Estado de São Paulo a elaboração do Plano Plurianual está a cargo da Secretaria da Fazenda e Planejamento, pasta encarregada da gestão financeira, planejamento e controle da execução orçamentária do governo estadual. Ele é produzido com base em orçamentos definidos pela Lei Orçamentária Anual (LOA), definindo as prioridades da administração pública.

O PPA define os indicadores e metas para as diferentes áreas, entrando em vigor sempre a partir do segundo ano do governo eleito. Dessa forma, o próximo Plano Plurianual será referente ao período 2020-2023.

Conforme consta do portal www.ppa.sp.gov.br, o governador do Estado de São Paulo encaminhou, em 15 de agosto de 2019, à Assembleia Legislativa do Estado, o Projeto de Lei nº. 924/19, que estabelece o PPA para o próximo quadriênio, juntamente com seus respectivos anexos, a saber: “Dimensões estratégicas, prospectiva e operacional”, “Programas, Metas e Recursos” e “Síntese das manifestações da sociedade nas audiências públicas”.

Para a área da saúde, por exemplo, o PPA 2020-2023 estabelece, entre outras metas, a realização de 44.391.736 atendimentos ambulatoriais e hospitalares de média e alta complexidade na administração direta e indireta, 2.144.692 atendimentos nas unidades da rede de reabilitação Lucy Montoro e aplicação de um total de 128 milhões de doses de vacinas contra doenças imunopreveníveis.



Já para a área de Educação estão previstos ao final do PPA a presença de 586.000 alunos com jornada diária de sete horas ou mais, 2.053.499 participantes em projetos de enriquecimento curricular e 3.196.220 matrículas de alunos no ensino fundamental e médio da rede estadual, entre outros objetivos.

A participação popular, além de muito importante, é levada em consideração para a formulação do Plano Plurianual. Afinal, o cidadão pagador de impostos deve receber de volta os benefícios oriundos da arrecadação orçamentária pelo Estado. A arrecadação dos tributos estaduais, dentre os quais o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), o IPVA (Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores) e ITCMD (Imposto sobre Transmissão Causa Mortis ou Doação) estão a cargo da Secretaria da Fazenda e Planejamento.

As demandas da sociedade para o PPA 2020-2023 foram ouvidas por meio de audiências públicas, realizadas de forma presencial em cinco encontros temáticos e 18 encontros regionais por todo o Estado de São Paulo, e também na forma de encontros realizados via sistema eletrônico. A estratégia visa forma a garantir a ampla participação do maior número possível de pessoas para a formulação do plano que norteará as ações, programas e iniciativas do governo do Estado para o próximo quadriênio.

A Secretaria da Fazenda e Planejamento organiza e avalia as propostas feitas pelos cidadãos nas audiências públicas, identificando, inicialmente, aquelas que não poderão ser incorporadas na elaboração do PPA por algum motivo, como, por exemplo, por não se aplicarem ao escopo de atuação do governo de São Paulo. Posteriormente, as manifestações da sociedade são avaliadas pelas Secretarias do governo, podendo ser incorporadas nos programas ou não.

Os participantes das audiências públicas são informados sobre a inclusão ou não de suas propostas no Plano Plurianual. Além das manifestações individuais, as propostas para o plano podem ser feitas, por meio da plataforma virtual, de forma coletiva por movimentos, associações, grupos e organizações.

Para as audiências públicas referentes ao PPA 2020-2023 foram escolhidos os temas: Planeta, Pessoa, Prosperidade, Paz e Parceria – alusivos aos 5 “Ps” da sustentabilidade da ONU (Organização das Nações Unidas).

O anexo III do referido Plano Plurianual remetido pelo governo do Estado à aprovação da Assembleia Legislativa trouxe a “Síntese das Manifestações da sociedade nas audiências públicas”. Do total de propostas encaminhadas pelos cidadãos, 804 foram incorporadas total ou

parcialmente, das quais 159 advindas de audiências virtuais, 33 de encontros temáticos e 619 das audiências regionais.

Considerando a população de 44,3 milhões de habitantes no Estado de São Paulo – conforme dados da Fundação Seade -, e mesmo excluindo-se o número de propostas eventualmente não incorporadas no PPA, ainda pode ser considerada tímida a participação da sociedade na formulação de um plano de diretrizes para as iniciativas da administração pública estadual.

É, portanto, imperioso que se aumente a contribuição da sociedade paulista na construção de um Estado melhor, mais inclusivo, mais transparente, inovado, eficiente e, sobretudo, mais próximo da população e de suas expectativas sobre as respostas que o poder público dará às principais demandas e preocupações, em diferentes áreas.

O desafio proposto no briefing para o Exercício Criativo do presente certame licitatório se constitui em traçar estratégias de comunicação que auxiliem a esclarecer os cidadãos paulistas sobre a importância do Plano Plurianual, a necessidade da participação e engajamento cada vez maior da sociedade, as formas adequadas para o encaminhamento das propostas.

Mais do que isso, é imprescindível tornar o PPA mais conhecido, dando-se a devida publicidade a respeito do tema junto à opinião pública. Nesse sentido, o trabalho de Assessoria de Imprensa e Comunicação pode fazer a diferença, incentivando uma maior contribuição por parte dos cidadãos.

Os moradores do Estado de São Paulo são os maiores interessados em receber serviços de qualidade, ter boa saúde, educação, segurança, empregos. Além disso, o Estado mais populoso e rico do país, apesar dos inúmeros avanços que o colocam na vanguarda em diversos setores, com o maior parque industrial e principal polo de pesquisa e desenvolvimento do Brasil, também tem seus desafios – que são muitos e complexos - e precisa se preparar para o futuro. Para isso, um planejamento bem feito requer a soma de esforços de toda a sociedade.

O Plano de Ação a seguir irá pormenorizar as estratégias a serem contempladas pela VFR – retrocedendo à fase de audiências públicas e de encontros regionais - para garantir uma comunicação eficiente e assertiva que possa orientar e esclarecer os cidadãos paulistas acerca da importância do PPA como poderoso instrumento de transformação do Estado, em benefício de todos.



PLANO DE AÇÃO

A etapa de realização das audiências públicas e de encontros regionais é de suma importância para a formulação do Plano Plurianual (PPA) do governo do Estado de São Paulo referente ao período entre 2020 e 2023. Afinal, é nesse momento que a desejada participação social, por meio de sugestões ao projeto de lei a ser enviado para discussão e votação na Assembleia Legislativa, acontece.

É necessário e igualmente fundamental que o tema ganhe a devida visibilidade, de modo a atrair o interesse dos cidadãos e, assim, assegurar expressiva presença da população nas audiências, bem como um grande número de inscrições para os encontros via sistema eletrônico, estimulando-se o debate e a formulação de propostas que possam contribuir, de fato, com os rumos da administração pública estadual nos próximos quatro anos.

O presente Plano de Ação contempla uma série de iniciativas para a resolução do desafio de comunicação proposto no Exercício Criativo, entrelaçando em sua descrição todos os respectivos pontos requisitados pelo edital – estratégia de relacionamento com a mídia, ações a serem desenvolvidas junto à mídia, materiais a serem produzidos - , já que, no entendimento da VFR Comunicação, eles estão interligados.

De imediato, como estratégia de divulgação de curto prazo (em média, 7 dias), a VFR irá propor o lançamento, pela Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, do programa “SP Melhor para Todos”, cuja finalidade será a de abordar o início da elaboração de um novo PPA e convocar os paulistas e brasileiros que residem no Estado a contribuir com o governo por meio de sugestões, que serão avaliadas pelas respectivas secretarias de Estado, podendo serem incluídas ou não no documento final que será remetido à apreciação dos deputados estaduais.

Para tanto a equipe de Assessoria de Imprensa irá propor que o anúncio do programa seja feito pelo titular da pasta, juntamente com o governador do Estado, após a reunião semanal do secretariado, que costuma acontecer às sextas-feiras no Palácio dos Bandeirantes, sede do governo paulista. A ideia é que o secretário faça uma breve apresentação sobre o tema com projeção em tela, abrindo, na sequência, para perguntas dos jornalistas.

Tal estratégia visa proporcionar maior relevância e destaque às audiências e encontros que serão promovidos pela Secretaria da Fazenda, bem como demonstrar a preocupação do governo do Estado em ouvir a população para o planejamento da administração pública nos próximos quatro anos, com vistas à implantação de novos projetos e iniciativas que garantam

mais saúde, educação, segurança, desenvolvimento, bem como as melhorias que serão feitas em outras distintas áreas.

Trata-se, na prática, de promover uma espécie de *upgrade* no Plano Plurianual, conferindo a ele status de programa de governo e não mero documento formal encaminhado de quatro em quatro anos para a Assembleia de deputados.

Para o dia do anúncio a VFR desenvolverá um conjunto de materiais de imprensa a ser entregue aos jornalistas presentes no evento, abordando os objetivos da iniciativa, formas pelas quais a população poderá participar das audiências e encontros regionais, critérios para avaliação e inclusão ou exclusão das propostas realizadas pelos cidadãos, importância da contribuição da sociedade civil, datas das audiências e todo o cronograma de desenvolvimento do Plano Plurianual até seu envio à Assembleia, aprovação e sanção pelo governador do Estado.

Visando dar a “linha” da comunicação que se pretende, a assessoria de imprensa irá sugerir a publicação de matéria exclusiva sobre novo programa no jornal O Estado de S. Paulo na edição da data de lançamento da iniciativa, com entrevista do secretário da Fazenda. As informações serão enviadas ao veículo previamente, mas sob a condição de “embargo”, ou seja, de não serem publicadas antes do dia do anúncio do programa.

Com a informação exclusiva sobre um tema de especial relevância para os rumos da administração pública estadual, a perspectiva é que o Estadão conceda um bom espaço para a notícia sobre o lançamento do programa e, mais do que isso, disponibilize a reportagem para o Conteúdo Estadão, que é replicado nos principais portais noticiosos do país, tais como Exame.com, IstoÉ Dinheiro Online, Época Negócios, G1, R7 e outros.

A VFR também irá acertar com a produção do SP1, da TV Globo, que o titular da pasta possa entrar ao vivo nos estúdios do telejornal, no dia seguinte ao anúncio, para explicar o programa e tirar dúvidas dos espectadores encaminhadas pelas redes sociais, em complemento à notícia “factual” veiculada na data do lançamento.

Para o evento no Palácio dos Bandeirantes, a equipe da VFR, além de convidar os veículos de comunicação por meio de aviso de pauta e follow-up, também irá preparar um *Q&A* (*Question & Answer*) para subsidiar o secretário no contato com a imprensa durante a entrevista coletiva que acontecerá logo após o anúncio do programa. Trata-se de um material contendo perguntas que podem potencialmente ser feitas pelos jornalistas durante a entrevista coletiva, com as respectivas sugestões de respostas, para subsidiar o entrevistado com informações relevantes e, mais do que isso, evitar surpresas.

Após o final do evento, a VFR concentrará esforços para enviar os textos dos materiais aos veículos de comunicação que não puderam enviar jornalistas ao Palácio. Dois porta-vozes da Secretaria da Fazenda e Planejamento, devidamente treinados pela assessoria, serão destacados para esclarecer todas as dúvidas técnicas dos jornalistas. Eles ficarão à disposição dos profissionais de imprensa ao longo de todo o dia do lançamento, presencialmente ou por telefone.

A assessoria de imprensa também promoverá monitoramento especial das matérias veiculadas, atentando para o conteúdo das reportagens e, havendo necessidade, entrará em contato com os jornalistas para corrigir informações, por meio de notas de esclarecimento ou entrevistas com porta-vozes.

O tema também será explorado com ganchos regionais, ou seja, a VFR terá o cuidado de, nos dias seguintes ao anúncio do programa e à coletiva de imprensa, distribuir para veículos de comunicação de toda a Grande São Paulo, interior e litoral do Estado, materiais específicos com conteúdo sobre cada região administrativa do Estado (exemplo de título de release: “SP quer ouvir população da região da Baixada Santista sobre ações do governo nos próximos quatro anos”).

A equipe da VFR irá solicitar que os responsáveis pelos perfis de mídias sociais da Secretaria da Fazenda, Secretaria Especial de Comunicação do Governo do Estado e demais secretarias e órgãos da administração estadual compartilhem as postagens feitas sobre o evento, visando ampliar a sua divulgação e alcance.

Na semana seguinte ao lançamento, a Assessoria de Imprensa produzirá um artigo sobre o programa a ser assinado pelo diretor-presidente da empresa, que será enviado primeiramente para publicação na seção Tendências/Debates da Folha de S. Paulo e, em seguida, aos demais jornais do Estado de São Paulo. Um outro artigo sobre o tema, mas com foco em economia e gestão, será encaminhado para publicação no jornal Valor Econômico.

A VFR também irá pautar reportagens e entrevistas em emissoras de rádio e televisão do interior e litoral por meio da utilização da plataforma multimídia do sobre a campanha no estúdio “Adalberto Bottini”, da Secretaria Especial de Comunicação, bem como irá produzir podcasts acerca do tema para todas as plataformas digitais – Deezer, Spotify, CastBox, Google Podcasts, TunIn e outros.

Na sequência, a equipe de assessoria de imprensa deflagrará, como estratégia de médio prazo (em média, 8 a 15 dias), uma série de visitas do secretário aos principais veículos de

comunicação da Grande São Paulo, interior e litoral, com foco em jornais impressos e emissoras de TV, com o objetivo de aproximação com editores-chefes e diretores de Jornalismo e detalhamento do programa “SP Melhor para Todos”.

O estreitamento de relações e maior aproximação com jornalistas da capital também fazem parte do escopo da estratégia desenvolvida pela equipe de comunicação, por meio de cafés da manhã, almoços ou encontros informais com profissionais da imprensa, assim como blogueiros e influenciadores digitais em diferentes áreas.

Desta forma, a título de exemplo, serão agendados almoços com a direção da Folha de S. Paulo e da TV Globo. Na Globo, ainda, a assessoria de imprensa irá trabalhar para marcar um “Encontro com a Fonte”, ou seja, para levar o secretário da Fazenda e Planejamento para uma conversa que reunirá produtores, repórteres e editores de diferentes telejornais da emissora, para que, assim, esses profissionais fiquem familiarizados com o novo programa e seus objetivos.

Nessas ocasiões o secretário da Fazenda ou um técnico da pasta por ele indicado fará apresentações sobre o histórico e importância do PPA em São Paulo, conquistas da gestão pública obtidas por meio da aprovação e aplicação do Plano Plurianual e os principais investimentos realizados em áreas como saúde, educação, segurança e infraestrutura, entre outras. Os encontros com jornalistas terão de caráter reservado, com no máximo cinco a seis jornalistas participantes em cada um deles. Haverá módulos específicos para profissionais de veículos impressos (jornais e revistas), rádio, internet e televisão. A proposta é que eles possam ter mais afinidade com o tema do presente exercício criativo, levando a discussão sobre o PPA para as reuniões de pauta na rotina das redações.

Para a visita à TV Globo, especificamente, a VFR irá propor que a emissora reedite, em formato estadual, a série “Que Brasil Você quer para o Futuro?”, desta vez na versão “Que Estado de São Paulo você quer nos próximos 4 anos?”. A ideia é estimular que os telespectadores enviem vídeos gravados com câmeras de telefone celular contando qual expectativa eles têm em relação aos desafios da administração estadual. Ao final de cada rodada de vídeos, que seriam exibidos nos telejornais locais da emissora, os apresentadores poderiam informar sobre o Plano Plurianual e sobre as audiências públicas e encontros regionais que estão por acontecer.

A VFR ainda proporá uma rodada de entrevistas do secretário, por telefone ou em estúdio, nas principais rádios da capital paulista – Bandeirantes, BandNews, Jovem Pan, CBN,

Eldorado, Globo, Capital e Super Rádio – com o objetivo de chamar seus ouvintes para contribuírem com sugestões para o PPA nas audiências.

Uma outra entrevista do titular da Fazenda e Planejamento será sugerida para a coluna “Contexto Paulista” da APJ (Associação Paulista de Jornais), que replica conteúdo em 16 dos principais veículos impressos e online do interior do Estado de São Paulo e Grande São Paulo, como O Vale (São José dos Campos), A Cidade ON (Ribeirão Preto, Araraquara, São Carlos, Campinas), Cruzeiro do Sul (Sorocaba), e Diário do Grande ABC, entre outros.

A equipe da assessoria também entrará em contato com correspondentes de publicações internacionais, tais como a revista The Economist, jornal The New York Times e agências Reuters e Bloomberg, para sugerir reportagens acerca de elaboração do PPA sob o ponto de vista do desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo, na condição de estado mais populoso e rico do país.

Em outra frente, já dentro da estratégia de divulgação de longo prazo (16 a 90 dias), a VFR colocará no ar o site www.spmelhorparatodos.sp.gov.br, com conteúdo previamente produzido pela equipe de comunicação, em versões *desktop* e *mobile*. O portal terá como foco o cidadão comum, em linguagem simples e didática, abordando as principais informações sobre a elaboração do Plano Plurianual, calendário e temáticas a serem tratadas nas audiências públicas e nos encontros regionais.

Também haverá, no site, vídeos tutoriais que irão tratar dos objetivos de um Plano Plurianual, por que ele é importante para a gestão pública e para a população do Estado de São Paulo, qual o formato das audiências, como participar presencialmente ou via plataforma virtual, quais as dicas para que as sugestões da população tenham mais chances de serem acolhidas e *FAQ* com respostas para as possíveis dúvidas dos internautas.

Os vídeos também serão disponibilizados nos perfis do “SP Melhor para Todos” no Youtube e no Facebook – as redes sociais preferidas dos brasileiros segundo a pesquisa “Global Digital 2019 -, a serem criados pela equipe de assessoria de imprensa e comunicação. Por meio do site e do perfil do programa no Facebook, os cidadãos poderão acompanhar o passo-a-passo do desenvolvimento do PPA, com a publicação de notícias relevantes acerca do assunto.

No portal haverá, ainda, um canal para que o internauta simule a formulação do envio de propostas ao PPA. Dessa forma, toda proposta encaminhada por meio do site – que conterà um aviso do tipo “*disclaimer*”, deixando claro se tratar apenas de uma simulação, receberá uma

resposta da equipe técnica da Secretaria da Fazenda com orientações sobre como aprimorar ou modificar a sugestão de modo a atender aos critérios para uma possível inclusão no documento final do projeto a ser encaminhado à Assembleia.

A VFR encaminhará sugestão de pauta para os veículos de imprensa sobre a possibilidade de simular o envio de propostas ao Plano Plurianual, disponibilizando porta-vozes da área técnica da pasta para entrevistas e esclarecimentos de dúvidas. Antes do envio da sugestão para todo o mailing, a assessoria irá propor a publicação de notícia exclusiva na coluna da Mônica Bergamo, na Folha de S. Paulo.

A proposta desta ação é desmistificar o PPA e reforçar a importância da participação social como forma de auxílio para a elaboração de um instrumento que realmente atenda às necessidades do estado e de seus habitantes no médio prazo.

Para responder rapidamente aos usuários do Facebook e Youtube, a VFR implantará um trabalho de SAC 2.0. Desta forma, todos os comentários acerca do PPA e das audiências públicas serão respondidos em até 24 horas. As manifestações serão analisadas e, caso houver necessidade, encaminhadas para as assessorias de imprensa das demais secretarias e órgãos do governo para apuração das informações. Se for o caso, a equipe da VFR solicitará que o usuário envie um e-mail com informações adicionais para que, assim, seja possível o envio de uma resposta mais assertiva e detalhada, evitando que possíveis polêmicas sobre quaisquer assuntos referentes à gestão pública estaduais sejam disseminadas como “virais” nas redes.

Visando reforçar a comunicação digital de alerta sobre a importância da participação social na formulação de propostas para o Plano Plurianual, a VFR também irá promover “lives” via Facebook e Youtube, nas quais técnicos da Secretaria da Fazenda poderão comentar sobre o programa “SP Melhor para Todos” e responder a dúvidas dos usuários enviadas nos comentários.

Outra estratégia a ser adotada pela equipe da VFR, com o intuito de estimular a participação social na elaboração do PPA por meio das audiências e encontros regionais, será a de apurar e divulgar, junto à imprensa, cases de propostas feitas por cidadãos e adotadas no Plano Plurianual anterior, isto é, aquele referente ao período 2015 – 2019. A ideia é explorar essas histórias por meio de sugestões de pauta para reportagens de TV, jornais, sites e revistas, assim como na produção de vídeos para os perfis do programa nas mídias sociais.

A proposta, aqui, é demonstrar na prática como o cidadão pode contribuir com os rumos da administração pública e fazer de São Paulo, de fato, um Estado melhor para todos. Os cases

levantados poderão render matérias especiais, que serão sugeridas pela assessoria a grandes veículos de comunicação e programas como Bom Dia São Paulo, SP1 e SP 2 (Globo), Valor Econômico, Folha de S. Paulo e Estadão, assim como trabalhados na imprensa regional, a exemplo das afiliadas da TV Globo pelo interior e litoral do Estado – EPTV, TV Tem, TV Vanguarda e TV Tribuna.

Além dos cases, a VFR irá produzir um material contendo o balanço do número de propostas feitas pela população para o Plano Plurianual do quadriênio anterior, detalhando quais delas, efetivamente, contribuíram para a formulação de programas de governo que já estão beneficiando os habitantes do Estado de São Paulo, de forma geral ou regionalmente, por meio de novas obras ou serviços públicos.

Assim, se um hospital público estadual no interior do Estado foi construído ou se uma escola estadual da capital está sendo ampliada e modernizada fruto de demanda identificada a partir das audiências públicas, mediante propostas dos cidadãos para o PPA 2015-2019, tais informações constarão do material produzido pela assessoria.

Com esta ação pretende-se reforçar a dimensão do PPA como instrumento de planejamento da gestão estadual e, mais do que isso, reafirmar a importância do programa “SP Melhor para Todos” e da participação popular e prestar contas sobre os programas e iniciativas implementadas pelo governo estadual.

Para as audiências temáticas e encontros regionais a VFR fará um trabalho de divulgação prévia junto aos veículos de comunicação, com o objetivo de obter espaços noticiosos antes da realização das reuniões, cobertura por parte dos jornalistas e veiculação de matérias após o término de cada audiência.

Assim, a equipe da assessoria encaminhará um calendário prévio com as datas e locais de cada audiência, além dos temas a serem tratados. O título do material, “Programa SP Melhor para Todos começa a ouvir população sobre o futuro do Estado a partir do dia ‘x’”, será adaptado para as diferentes regiões administrativas do Estado de São Paulo.

Dois dias antes de cada reunião, serão enviados avisos de pauta para as principais redações sobre o tema a ser discutido, hora, local e prestação de serviço sobre como e de que forma participar com propostas ao PPA.

Os profissionais de imprensa serão convidados para cobrir cada evento, oportunidade em que receberão, dos assessores da VFR, materiais informativos sobre a formulação do Plano

Plurianual e a importância da contribuição dos cidadãos paulistanos para o programa “SP Melhor para Todos”.

Após as audiências e encontros, a assessoria também encaminhará para o mailing o balanço do que foi debatido, número de participantes e as principais propostas feitas para cada área, sempre ressaltando que as sugestões terão sua viabilidade avaliadas tecnicamente pela Secretaria da Fazenda e, posteriormente, pela secretaria à qual cada uma se refere. O mesmo será feito em relação aos encontros realizados via plataforma virtual. Porta-vozes da Secretaria da Fazenda ficarão à disposição para conceder entrevistas e tecer comentários acerca das sugestões feitas pelos cidadãos durante os encontros temáticos.

Todas as audiências terão transmissão ao vivo via perfis do programa nas mídias sociais – Facebook e Youtube – haverá veiculação de postagem sobre a “live” 24 horas antes do início da transmissão. A equipe da VFR também produzirá vídeo-reportagens sobre as audiências, que serão exibidos um dia depois de cada encontro. As matérias conterão um resumo dos assuntos discutidos e depoimentos de cidadãos que participaram com propostas, falando sobre a experiência de contribuir com o PPA 2020 – 2023.

Cada postagem nas mídias conterá as hashtags #spmelhorparatodos, #planoplurianual, #governocidadao, #spdetodososbrasileiros e outras, definidas pela equipe VFR conjuntamente com a Secretaria de Comunicação e com a anuência da cúpula da Secretaria da Fazenda e Planejamento.

Finalizada a etapa de audiências e encontros, presenciais e virtuais, a assessoria de imprensa irá propor a realização de uma coletiva de imprensa no Palácio dos Bandeirantes, com a participação do secretário da Fazenda e dos secretários ou representantes de áreas técnicas de todas as pastas envolvidas na elaboração do PPA 2020-2023, na qual será anunciado o balanço do número de propostas realizadas pelos cidadãos, de quantas foram avaliadas como viáveis e seguirão para análise das secretarias estaduais e a quais áreas elas se referem. O evento terá como objetivo demonstrar a união de esforços de todo o governo em torno do programa “SP Melhor para Todos”.

A exemplo do anúncio inicial do programa, a VFR irá propor ao jornal O Estado de S. Paulo reportagem exclusiva sobre o balanço, a ser publicada no dia da coletiva, de forma a dar a linha da comunicação desejada e também obter espaços em outros veículos de imprensa, via Estadão Conteúdo. A coletiva também será transmitida ao vivo por intermédio dos perfis de mídias sociais do programa.



Já para a apresentação e assinatura do documento final do Plano Plurianual que será enviado à Assembleia Legislativa a equipe da assessoria de imprensa irá propor que sejam convidados os cidadãos que contribuíram com sugestões nas audiências e encontros regionais, ocasião em que eles serão agraciados com uma placa do programa, a serem entregues pelo governador de São Paulo e pelos secretários da Fazenda e de outras áreas, em reconhecimento à colaboração por eles prestada para um Estado melhor para todos.

A presença de representantes da população no evento auxiliará a promover visibilidade do PPA junto à mídia, com destaque às principais propostas feitas por meio de participação social ativa, principal objetivo do programa e do Exercício Criativo exposto no presente edital. Todas as ações mencionadas na presente proposta serão acompanhadas de monitoramento diário e sistemático, pela VFR, de matérias divulgadas em jornais, portais, rádios, TVs e blogs, incluindo cartas de leitores, para que no caso de críticas ou informações incorretas, a VFR possa produzir e encaminhar rapidamente notas de esclarecimento, corrigindo a informação ou fornecendo argumentos que possam rebater de forma contundente a situação apresentada.

Mediante avaliação da equipe da VFR, em sintonia com a cúpula da Secretaria da Fazenda e Planejamento e a Secretaria Especial de Comunicação do governo do Estado de São Paulo, em casos a específicos assessoria de imprensa irá disponibilizar porta-vozes para rebater críticas ou informações incorretas veiculadas na mídia.

A triagem de conteúdo a ser executada pela assessoria contemplará as matérias, notas, artigos e colunas acerca do tema “Plano Plurianual”, que serão avaliadas e classificadas como muito positivas, positivas, neutras, negativas e muito negativas. As negativas serão respondidas via nota de esclarecimento, enviadas pela VFR às redações, e as muito negativas deverão ser respondidas preferencialmente via porta-voz.

Sempre que possível, a VFR irá se antecipar às matérias negativas, sondando os jornalistas, conversando com editores e identificando pautas contrárias à atuação da Secretaria da Fazenda para, desta forma, fazer o contraponto, apresentar números, dados e estatísticas. Desta forma, a assessoria trabalhará para, de um lado, conter reportagens negativas que podem ser evitadas com base em argumentos factíveis e, de outro, atenuar matérias com potencial para serem muito negativas.

Com base na presente proposta, a VFR espera ter um retorno superior a 90% de notícias favoráveis à atuação da Secretaria da Fazenda na formulação do PPA 2020-2023, incluindo a etapa pré, durante e após a realização das audiências públicas e encontros regionais.

Pela sua larga experiência no trabalho de comunicação de órgãos ligados ao governo de São Paulo, como a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo, Instituto Butantan, Instituto de Assistência Médica ao Servidor Público Estadual (Iamspe) e Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, o que conferiu à VFR a importante expertise em gestão de crises e comunicação de risco, bem como na área de economia/finanças, no atendimento a clientes como Necton Investimentos e Fintech Bullla, a empresa está inteiramente preparada para executar o presente plano, de forma absolutamente bem sucedida.

OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

Com base nas informações contidas no briefing do presente edital, a VFR Serviços de Comunicação identificou as seguintes oportunidades de mídia positiva para a Secretaria da Fazenda e Planejamento:

1- Incentivo à participação popular nos destinos da gestão pública

Numa democracia, o poder emana do povo, o que é reafirmado pelo artigo 1º da Constituição Brasileira. Assim, é desejável que um governo democraticamente eleito tenha a participação da população em seu planejamento para os próximos anos, e o trabalho de comunicação precisa caminhar no sentido de estimular tal contribuição.

O incentivo para que os cidadãos paulistas colaborem com propostas para os destinos da administração pública estadual se constitui em aspecto de destaque positivo e oportunidade a ser explorada proativamente junto à mídia.

Desta forma, as divulgações de cada uma das audiências públicas e encontros regionais do Plano Plurianual 2020-2023 devem ser cuidadosamente planejadas, não somente antes de sua realização, mas também posteriormente, no que se refere às sugestões apresentadas pelos cidadãos nas diferentes áreas, especialmente àquelas incorporadas no projeto encaminhado pelo governo à Assembleia Legislativa do Estado.

Uma comunicação eficiente, que abra espaços na imprensa tradicional e nas novas plataformas, auxiliará a demonstrar a preocupação do governo paulista, por meio da Secretaria da Fazenda e Planejamento, em ouvir o que as pessoas pensam e esperam do governo e, conseqüentemente, enriquecer seu plano de gestão com metas e objetivos que atendam aos interesses da sociedade.

2- Estado empreendedor e prestador de serviços de qualidade

O Plano Plurianual reúne um conjunto de realizações que o governo projeta para o quadriênio seguinte, entre grandes obras e serviços públicos, como novos hospitais, escolas, creches, policiamento ostensivo, assistência em saúde e outras ações.

É fundamental que a população seja devidamente informada sobre o tema, de modo a se construir e fomentar a percepção de um Estado empreendedor e prestador de serviços de





qualidade para seus contribuintes, e que isso se dá por meio de um planejamento cuidadosamente construído com a participação das pessoas.

O PPA oferece essa oportunidade, e por isso sua comunicação é de extrema importância, uma vez que a adequada definição das intervenções a serem feitas pelo poder público em diferentes áreas trazem resultados que impactam (ou impactarão) diretamente na vida das pessoas.

Saber que o governo irá trilhar um caminho a partir de diretrizes previamente estabelecidas e discutidas a fundo com a sociedade contribui para trazer mais segurança aos habitantes de São Paulo em relação ao futuro do Estado. Mais do que isso, auxilia no engajamento cada vez maior de pessoas, entidades e movimentos interessados em serem protagonistas na propositura de soluções para os desafios da administração pública.

3- Comprometimento em oferecer efetivo retorno sobre o recolhimento de tributos

A Secretaria da Fazenda e Planejamento realiza a arrecadação de tributos estaduais recolhidos direta ou indiretamente pela população.

A elaboração do Plano Plurianual em suas diferentes etapas – sendo uma das mais importantes a de audiências públicas - é oportunidade ímpar para que o governo demonstre seu compromisso em proporcionar retorno efetivo dos impostos recebidos, solucionando os problemas do Estado em suas diferentes regiões e levando benefícios aos paulistas por meio de medidas que garantam mais saúde, educação, segurança, desenvolvimento e uma vida melhor para todos.

Não se pode desperdiçar a chance de mobilizar as pessoas em torno de tema tão relevante. No geral, as pessoas não gostam de pagar impostos, mas ao fazerem de maneira compulsória exigem do poder público a devida contrapartida. O dinheiro que sai do bolso do cidadão deve ser bem usado, aplicado e administrado, retornando em forma de melhorias.

Assim, o PPA deve ser entendido e comunicado como um instrumento utilizado pela administração estadual para projetar e estabelecer objetivos que irão beneficiar a população, de forma geral ou regionalmente, e que as sugestões dadas nas audiências podem se transformar em programas de governo que auxiliem a melhorar a qualidade de vida das pessoas em todo o Estado.

IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS À IMAGEM

Com base nas informações contidas no briefing do presente edital, a VFR Serviços de Comunicação identificou os seguintes riscos à imagem para a Secretaria da Fazenda e Planejamento:

1- O governo planeja, mas há problemas urgentes em diversas áreas

Muito embora o governo do Estado de São Paulo, por intermédio de sua Secretaria da Fazenda e Planejamento, se preocupe em definir as diretrizes da administração pública para os próximos quatro anos, por meio do Plano Plurianual (PPA) 2020-2023, há problemas urgentes em diversas áreas, como saúde, educação, segurança e outras, indicando que o planejamento realizado nos últimos anos não foi capaz de dar respostas à altura do que exigem os desafios da administração pública. Este é um risco expressivo a ser considerado dentro do escopo do exercício criativo proposto no presente edital.

A divulgação das audiências públicas e encontros regionais para discussão de propostas para o PPA pode trazer à luz as deficiências do Estado e a insatisfação dos cidadãos – pagadores de impostos - em relação ao governo, com consequente prejuízo à imagem da Secretaria da Fazenda.

Será, portanto, fundamental que a Assessoria de Imprensa esteja atenta, mantendo estreito contato com as demais Secretarias para oferecer prontas respostas às questões levantadas por intermédio da imprensa, de forma a justificar os motivos que levaram a tal situação e o que será feito para corrigir ou minimizar o problema.

2- ‘Descumprimento’ de metas estabelecidas nos último PPAs

A aprovação de um Plano Plurianual não significa, necessariamente, que todas as metas físicas nele estabelecidas serão integralmente cumpridas. É comum, inclusive, haver diferenças entre o objetivo inicialmente almejado e o resultado final.

Essa é uma das questões que podem vir à tona por conta das audiências públicas relativas ao PPA 2020-2023. Jornalistas poderão confrontar, por meio de diferentes fontes, as metas definidas em planejamentos anteriores com o que foi realmente realizado, questionando o

governo, por meio da Secretaria da Fazenda, sobre as diferenças encontradas, especialmente as mais expressivas.

Vários são os fatores para que isso ocorra, entre os quais podem ser mencionados a queda na arrecadação orçamentária do governo – sobretudo nos dias atuais, com a crise econômica que ainda atinge o país -, problemas relativos à gestão e novas conjunturas surgidas ao longo do período de quatro anos, como alterações em políticas públicas federais que afetam os programas do Estado, por exemplo.

Nesses casos, o teor das reportagens na imprensa costuma ter tom negativo, ao relatar o “descumprimento” de itens do PPA, o que se configura como um risco à imagem da pasta da Fazenda, embora a execução das metas seja uma atribuição das diversas secretarias que compõem o governo.

Também aqui é necessário que a equipe responsável pela Comunicação esteja articulada com as demais pastas para, mediante a reunião de dados e argumentos, esclarecer os pontos do PPA que não puderam ser completados conforme o planejamento inicial.

3- Queixas de cidadãos quanto à não inclusão de propostas feitas nas audiências

O processo de participação social para a formulação do Plano Plurianual 2020-2023 não está imune a turbulências, e uma das questões que poderão surgir são queixas de cidadãos e de movimentos sociais relativas à não inclusão de propostas por eles feitas durante as audiências e encontros regionais.

As pessoas que se propõem a dar sua contribuição por meio de sugestões ao PPA estão particularmente engajadas e preocupadas com os destinos da administração pública estadual no médio prazo.

Devemos considerar, portanto, que a expectativa desses cidadãos pode ser de alguma forma frustrada caso suas propostas não sejam eventualmente contempladas no documento a ser submetido à aprovação da Assembleia Legislativa, o que poderá gerar matérias desfavoráveis à Secretaria da Fazenda na mídia. Por isso é fundamental que a Assessoria de Imprensa esteja alinhada com a equipe técnica da pasta responsável pela elaboração do plano para levantar de forma ágil os motivos que impediram a inclusão de propostas no documento, visando oferecer respostas bem fundamentadas aos jornalistas.

3.3. Análise diária de imagem

03/01/2019 - TEM NOTÍCIAS 2ª EDIÇÃO/TV GLOBO/BAURU

IPVA está 3,34% mais barato neste ano em São Paulo

O Imposto sobre Propriedades de Veículos Automotores (IPVA) de 2019 foi o tema principal da matéria da TV TEM de Bauru e Marília veiculada no início do ano, período de pagamento do imposto. A abertura da reportagem enfatiza que houve redução de 3,34% no imposto, mas que ainda assim a valor pesa no bolso dos motoristas.

O intuito é mostrar ao telespectador qual opção de pagamento é mais vantajosa: à vista ou parcelado. Para isso, foram exibidos depoimentos de três motoristas comentando qual alternativa preferem e entrevista com um economista, que contextualizou a escolha mais conveniente.

A reportagem informa a possibilidade de desconto de 3% aos contribuintes que optarem pelo pagamento à vista. Na opinião do economista entrevistado, esta opção vale mais a pena, porque o percentual de desconto é significativo, considerando o rendimento das aplicações financeiras do momento.

O conteúdo exposto na matéria é neutro, pois oferece informações gerais sobre o imposto, o motivo da redução e um passo-a-passo de como consultar o valor no Portal da Secretaria da Fazenda e Planejamento.

Ainda assim, foi vaga a participação da Secretaria na reportagem, pois não houve nenhum tipo de consideração ou informações concedidas pela própria pasta. Para enriquecer a matéria, poderia ter sido oferecida entrevista com um porta-voz da Secretaria, incrementando as explicações sobre a importância da arrecadação, que possibilita investimentos do governo estadual em obras de infraestrutura e melhorias na prestação de serviços públicos.

É fundamental que conteúdos na imprensa sobre cobrança de tributos sejam acompanhados de informações que demonstrem que a contribuição é crucial para que o governo possa atender adequadamente as necessidades da população.

Já está em vigor o calendário para o pagamento do IPVA em SP

O link da GloboNews atualiza o telespectador sobre o calendário de vencimento do IPVA e as opções de pagamento, ressaltando que o imposto em questão é uma das despesas que mais pesa no início do ano no orçamento de quem tem carro.

O repórter Gabriel Prado explica que o raciocínio para saber qual é a melhor forma de pagamento é basicamente o mesmo dos outros anos. Se o motorista tiver a oportunidade de quitar com desconto, é melhor para eliminar a pendência financeira. Caso não tenha dinheiro reserva, é recomendado parcelar para não se endividar.

A reportagem conversou com três motoristas para perguntar qual opção de pagamento escolhida: dois manifestaram a necessidade do parcelamento. Ao vivo, o repórter entrevistou o especialista em finanças pessoais André Massaro, que apontou alguns dilemas na hora de pagar o imposto com cartão de crédito. Para ele, o pagamento parcelado sem juros pode sim valer a pena, caso o valor não utilizado seja aproveitado para aplicações de investimento.

O especialista enfatizou que o desconto de 3% para muitas pessoas pode parecer uma quantia irrelevante, mas que vale muito a pena até para investimento, já que a taxa de juros para aplicações caiu.

O conteúdo veiculado não utiliza informações diferenciadas da Secretaria da Fazenda e Planejamento que, neste caso, poderiam ser proveitosas para aprofundar o assunto. Cabe à assessoria de imprensa da pasta, entrar em contato com a produção para oferecer uma pauta que trabalhe mais o assunto, abordando o cálculo do IPVA, de que maneira acontece o gerenciamento dos valores arrecadados e qual a destinação da receita dentre as diversas áreas de atuação do Estado.

O pagamento através de cartão de crédito foi uma novidade do IPVA de 2019, portanto, poderia ter sido utilizada como gancho, evidenciando que é uma iniciativa da Secretaria da Fazenda e Planejamento para facilitar a quitação do imposto e dar maior segurança ao proprietário do veículo.

10/1/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

Estado de SP não envia mais aviso sobre IPVA; veja como pagar

As informações publicadas no jornal Folha de São Paulo podem ser definidas como prestação de serviço, com o papel de orientar o leitor, sem críticas positivas ou negativas. No título e lead da matéria, o veículo lembra que, desde 2018, o Governo do Estado não envia mais boletos para o pagamento do IPVA.

O jornal instrui como os proprietários de veículos podem consultar os valores do imposto, onde devem efetuar o pagamento e também disponibiliza uma tabela com o calendário de acordo com o final das placas. A matéria é neutra, porém faltam informações que expliquem melhor o destaque utilizado.

A mudança no envio do boleto ainda divide opiniões, pois muitas pessoas se lembravam de pagar o IPVA apenas quando recebiam a notificação em casa, por carta. Com a nova medida, os proprietários de veículos devem “por conta própria” atentar-se às datas para não perderem o prazo do pagamento do imposto.

Por essa razão, a assessoria de imprensa deve fornecer aos jornalistas informações mais completas sobre a mudança, isto é, esclarecer que a medida adotada proporciona mais segurança para o contribuinte, apoia as práticas de sustentabilidade e ainda resulta na economia de R\$ 8 milhões com gastos de impressão e envio das correspondências.

**15/01/2019 | RÁDIO COMERCIAL 1440 AM/PRESIDENTE PRUDENTE |
PATRULHA COMERCIAL**

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

O apresentador lê nota informando que a Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo está depositando, neste dia 15/01/2019, R\$ 695 em repasses do ICMS para 645 municípios paulistas, referentes a 25% da arrecadação do imposto.

A notícia é neutra para a Secretaria da Fazenda, tratando-se de prestação de serviço. A assessoria de imprensa, ao divulgar os repasses do ICMS aos municípios, pode trabalhar melhor o assunto, incluindo informações gerais sobre o imposto: como é aplicado, o que é feito a partir da arrecadação, para onde os recursos são destinados e como os municípios podem utilizar a verba.

Desta forma, a pasta pode transformar uma notícia neutra em uma pauta positiva, transmitindo transparência e esclarecendo para a população para que servem os impostos pagos.





17/1/2019 | SP2/TV GLOBO/SÃO PAULO

Secretaria da Fazenda investiga 22 fábricas de joias

A reportagem de quase três minutos do SP2 noticia a ação da Secretaria da Fazenda e Planejamento que investiga 22 empresas em sete cidades do Estado que aderiram ao Simples Nacional, regime de impostos, de maneira irregular. Juntas, as fábricas de joias e bijuterias podem ter sonegado R\$ 174 milhões.

A investigação da Secretaria é destacada pelo jornal SP2 como uma iniciativa para combater a sonegação e aumentar a arrecadação do Estado. De acordo com a reportagem, a ação aconteceu após os técnicos da Secretaria da Fazenda e Planejamento cruzarem dados e suspeitarem do enriquecimento dos sócios das empresas, fator que chamou a atenção dos fiscais.

A matéria conta com sonora do inspetor fiscal Carlos Alberto Adolphi, afirmando que medidas fiscais serão tomadas a partir da confirmação dos indícios apurados, e com depoimento do coordenador de Administração Tributária, Gustavo de Magalhães Ley, reforçando que o dinheiro que a Fazenda arrecada com o imposto é essencial para a administração dos serviços do Estado, como a saúde e segurança.

Ainda são apresentadas na reportagem explicações gerais, com dados creditados à Secretaria da Fazenda e Planejamento, sobre o regime de impostos Simples Nacional. Após o VT, o apresentador comunica no formato “nota pé” que a Secretaria continuará fazendo investigações para saber se mais empresas estão com permanência irregular.

O conteúdo veiculado pelo SP2 é positivo e a divulgação da ação da Secretaria foi bastante eficaz, pois colocou a pasta como protagonista da iniciativa. Todas as informações e dados utilizados na reportagem foram subsidiados pela pasta e outro fator muito positivo foi que as únicas duas sonoras da matéria foram com porta-vozes da Secretaria.

A imagem que a matéria transmite para o telespectador é de que a Secretaria está atuando de maneira constante. Para acrescentar, a fala do coordenador de Administração

Tributária é clara e favorável no que diz respeito ao direcionamento dos recursos a partir da arrecadação dos impostos.

A assessoria de imprensa da pasta poderia ter oferecido também como complemento da matéria - ou até como sugestão de nova pauta – um balanço anual com a quantidade de investigações realizadas e os resultados que elas geraram para a arrecadação do Estado, evidenciando assim que as ações da Secretaria refletem em melhorias para os serviços públicos.

19/01/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

Impostos estaduais de SP poderão ser pagos no cartão de crédito

Com chamada de capa, o jornal Folha de São Paulo divulga a novidade no pagamento de impostos aos paulistas, que poderão efetivar a contribuição por meio de cartão de crédito.

A matéria traz declarações do governador João Dória e do Secretário de Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, sobre as vantagens que a medida possibilita aos contribuintes: mais funcionalidade e eficiência, reduz a burocracia e garante recebimento de impostos.

O novo procedimento é muito benéfico para os contribuintes, portanto a assessoria de imprensa da Secretaria deve intensificar a divulgação para os veículos de comunicação do Estado.

A equipe deve entrar em contato com os principais jornais e TVs da capital, interior e litoral para oferecer materiais exclusivos com indicação de porta-voz da pasta para desenvolver o tema e de personagens que relatem como a mudança impacta positivamente no planejamento financeiro da família.

A assessoria de imprensa deve elaborar e divulgar um artigo assinado pelo secretário Henrique Meirelles manifestando o esforço da gestão para desburocratizar os sistemas e as iniciativas que têm sido feitas para tornar mais digital e tecnológica a rotina dos paulistas, promovendo praticidade e compatibilidade com o dia a dia das pessoas, que estão cada vez mais conectadas.





23/1/2019 | VALOR ECONÔMICO/SÃO PAULO

SP usará Sabesp para cumprir orçamento este ano, diz Meirelles

A capitalização da Sabesp, como parte do programa de desestatização do governador João Dória, é destaque da matéria do Valor Econômico, assinada pelas jornalistas Marta Watanabe e Cristiane Agostine.

O secretário de Fazenda e Planejamento do Estado Henrique Meirelles concedeu entrevista ao veículo e teve espaço completo na matéria, podendo discorrer sobre diversas pautas da gestão.

Em relação à Sabesp, o secretário cita que a privatização da estatal poderia gerar uma arrecadação projetada em aproximadamente R\$ 10 bilhões, ajudando o Estado a cumprir o Orçamento de 2019.

Meirelles também menciona a estruturação prevista de um fundo imobiliário e outros projetos do governo relacionados à concessão ou privatização, como hidrovias, sistema prisional, rodovias.

Outros assuntos tratados na matéria foram a expectativa de crescimento do Estado acima da média, a atração de investimentos, as mudanças na Previdência e a possibilidade de candidatura de Meirelles à Presidência ou ao governo estadual em 2022.

Em linhas gerais, o conteúdo publicado pelo Valor Econômico foi positivo para a Secretaria de Fazenda e Planejamento do Estado, já que a matéria foi construída por completo com informações e declarações do secretário, que teve destaque total na reportagem e autonomia para desenvolver os assuntos pertinentes à pasta.

Ao comentar o pacote de privatizações proposto pelo governo, já que é um assunto polêmico, a assessoria de imprensa poderia ter complementado as informações fornecidas com bons exemplos de empresas que foram privatizadas, lembrando o leitor das vantagens do processo.

Essa matéria do Valor pode ser considerada um exemplo de abordagem na imprensa que demonstra a importância do bom relacionamento da assessoria de

imprensa com os jornalistas. A equipe não deve responder a imprensa apenas quando for procurada, de modo reativo.

É fundamental identificar antecipadamente oportunidades com jornalistas e veículos que possam conceder espaço e liberdade para o porta-voz expor o relevante trabalho que a Secretaria tem feito, bem como suas ideias e reflexões sobre o cenário atual.

Para isso, a equipe de assessores deve manter contato ativo e contínuo com jornalistas, estreitando relacionamentos e estabelecendo uma conexão próxima e de confiança entre a pasta e a imprensa. A assessoria deve atuar de maneira proativa, entrando em contato com a redação para marcar conversas e oferecendo entrevistas exclusivas do secretário.



23/1/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

Com ameaça da GM, SP estuda incentivo fiscal para montadoras

Com chamada na capa do jornal Folha de São Paulo, a matéria destaca a situação crítica da General Motors, montadora de automóveis da Chevrolet que ameaça deixar o Brasil.

O secretário de Fazenda e Planejamento do Estado, Henrique Meirelles, conversou com a Folha e disse que o governo planeja ajudar a GM antecipando os créditos de ICMS, medida essa que seria estendida a todas as montadoras.

Além de existirem dificuldades para os incentivos fiscais, a concessão de benefícios é criticada por especialistas, que também tiveram espaço na matéria, neste caso Vanessa Canado, diretora do Centro de Cidadania Fiscal; e Fábio Klein, da Tendências Consultoria.

O conteúdo publicado no jornal é neutro para a imagem da Secretaria de Fazenda e Planejamento. Por ser uma medida desafiadora e que gera opiniões contrárias, a assessoria de imprensa poderia ter explorado melhor os argumentos da pasta quanto à importância de criar soluções para a continuidade da General Motors no país.

Para isso, a assessoria poderia ter levantado junto à empresa dados relevantes da atuação da GM, oferecendo para o veículo um infográfico com o quantitativo de empregos gerados, de movimentação econômica e de arrecadação de impostos, importantes pilares para estimular o crescimento socioeconômico.

31/01/2019 | RÁDIO CBN 99,1 FM/CAMPINAS | Jornal CBN campinas

Governador João Doria assinou decreto que isenta ICMS de hortaliça e verdura

Nota da Rádio CBN Campinas informa que o governador assinou o decreto que isenta o ICMS de frutas e hortaliças embaladas, atendendo aos pedidos de produtores e distribuidores.

Não foi utilizada nenhuma sonora com declarações de representantes do governo, apenas mencionou que o governador João Doria pretende, com a medida, desburocratizar o estado para fomentar a atividade econômica.

A assessoria de imprensa da Secretaria da Fazenda e Planejamento poderia ter aproveitado melhor a oportunidade para conquistar um espaço positivo na notícia. Para isso, a equipe deve se antecipar, enviando notícias às redações com declarações do titular da pasta, para que este tenha maior evidência nas matérias.

Neste caso, sugere-se que a pasta destaque que a medida pode ajudar a reduzir o preço para os consumidores e estimular o crescimento econômico do estado. Ela gera renda ao pequeno e médio empresário rural, incentivando que eles continuem trabalhando, produzindo e movimentando a economia.

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

O texto publicado no Valor Econômico traz informações sobre a crise financeira da montadora americana General Motors no Brasil e contém traços opinativos do veículo.

Segundo apurou o jornal, em encontro com representante da GM e fornecedores, o secretário da Fazenda e Planejamento do Estado Henrique Meirelles disse que não será dado incentivo imediato ao setor, apenas a devolução do crédito de ICMS.

O Valor informa que Meirelles conversou com especialistas e investidores americanos para confirmar que a General Motors, de fato, sofre prejuízos no Brasil. Porém, sem utilizar Meirelles como fonte, o veículo afirma que “o secretário conhece o tamanho da carga tributária brasileira” e que os impostos sobre os automóveis no país estão entre os mais caros do mundo.

O conteúdo é tendencioso e pode ser considerado negativo para a imagem da pasta, pois utiliza recursos críticos para insinuar a dificuldade de empreender no Brasil, além de não oferecer espaço para declarações próprias da pasta.

A assessoria de imprensa deve publicar no mesmo veículo um artigo assinado por Meirelles que discuta as iniciativas da Secretaria da Fazenda e Planejamento, junto ao governo do Estado de São Paulo, para fomentar e apoiar o empreendedorismo, como a desburocratização para abertura de empresas e a simplificação tributária. O artigo deve mostrar a confiança do secretário no avanço da atividade econômica do Estado e do país.

5/2/2019 | SP2/TV GLOBO/SÃO PAULO

Governador João Doria reduz de 20 para 12% ICMS sobre o querosene de aviação

O apresentador do jornal SP2, Carlos Tramontina, lê uma nota ao vivo informando que o governador de São Paulo João Doria anunciou a redução da alíquota do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre o combustível de aviação no Estado.

As empresas, por sua vez, têm o compromisso de criar 70 novos voos em até 180 dias. Segundo João Doria, durante o evento de anúncio, o objetivo da medida é aumentar a entrada de turistas no Estado e estimular a redução no preço das passagens.

A privatização de 20 dos 25 aeroportos paulistas também foi comentada na nota do SP2. No mesmo evento, o governador anunciou que será contratada uma empresa que vai estudar a viabilidade econômica das concessões para que, então, as licitações sejam feitas até o fim do ano.

Apesar da arrecadação do ICMS ser de competência da Secretaria da Fazenda e Planejamento, a pasta não foi citada na notícia. Uma declaração do secretário ou da pasta é muito importante, já que a queda da alíquota reflete diretamente, pelo menos num primeiro momento, na redução da arrecadação.

De acordo com as próprias companhias aéreas, a perda na arrecadação será compensada com o aumento no volume de voos. Portanto, é uma questão a ser analisada com cautela pela Secretaria da Fazenda para atestar se realmente a medida não traz prejuízos.

O assunto, que recebeu apenas uma divulgação por nota no estúdio do SP2, renderia uma reportagem com maior destaque para a pasta e melhor aproveitamento das informações, inclusive com entrevista do secretário Henrique Meirelles comentando os prós e contras da redução do ICMS e seu impacto na economia.

Caso realmente a medida proporcione benefícios – fomentando o turismo e resultando em ganho de R\$ 327 milhões na receita, conforme expectativa das companhias - a assessoria de imprensa da Secretaria deve propor ao veículo um suíte da pauta, mostrando os novos destinos de voos que foram criados a partir da medida –

matéria em conjunto com a Secretaria de Turismo - e apresentar dados dos resultados na economia.



SP corta ICMS de combustível de aviação para incentivar setor

A reportagem do Valor fez uma extensa abordagem sobre a redução do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre o querosene de aviação. O texto foi publicado antes do evento de anúncio de novas medidas para o setor aéreo, mas conta com todos os detalhes da proposta.

A fonte das informações foi creditada ao Secretário de Turismo do Estado de São Paulo, Vinicius Lummertz, que explicou o corte no ICMS e comentou sobre a importância da medida para impulsionar o tráfego aéreo e para a atividade econômica no Estado, afirmando que o aumento do turismo trará arrecadação adicional.

Segundo informou Lummertz à reportagem, mais detalhes sobre a redução de alíquotas seriam definidos em reunião, inclusive pela Secretaria da Fazenda, sob comando de Henrique Meirelles.

Apesar de citar vagamente a Secretaria da Fazenda e Planejamento, o veículo não deu espaço para considerações da pasta. Nesse caso, é fundamental que a assessoria de imprensa da Sefaz entre em contato com o jornalista e se coloque à disposição para oferecer mais informações do que foi discutido na reunião e apresentar quais foram as definições da Secretaria em relação à redução do ICMS.

A equipe deve, inclusive, oferecer entrevista com porta-voz, para que ele comente o ponto de vista da secretaria sobre o assunto, ou enviar uma nota com o posicionamento da pasta, obtendo assim mais espaço da Secretaria em pautas positivas.

Tendo em vista que o assunto pouco tem sido explorado pela imprensa no âmbito da Secretaria da Fazenda e Planejamento, a assessoria deve enviar para a grande mídia release com informações do corte do ICMS que incide sobre o querosene de aviação, com declarações do secretário relacionadas ao assunto, proporcionando maior evidência à pasta.

Corte de imposto de combustível em SP anima aéreas

A matéria publicada no impresso O Estado de São Paulo fala sobre a redução de 25% para 12% da cobrança do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre o querosene de aviação.

É uma abordagem favorável do assunto, pois apresenta reações positiva de representantes do setor aéreo, que expõem suas expectativas em relação à melhora do turismo.

Porém em nenhum momento a Secretaria da Fazenda e Planejamento foi citada na matéria, transmitindo a impressão de que a pasta não atuou para que a medida fosse possível.

Embora o corte possa gerar certa preocupação quanto à diminuição na arrecadação, é importante que a pasta marque mais presença nas notícias, pois é um assunto de grande repercussão e que resultou em abordagens positivas na imprensa.

A medida também impacta diretamente a população (que será beneficiada com novos voos e possivelmente com tarifas mais baixas), portanto a participação da Secretaria da Fazenda deve ser melhor evidenciada.

Para isso, a equipe de assessores deve intensificar o trabalho de divulgação do assunto com o viés da Secretaria da Fazenda e Planejamento, ligando para as redações e enviando notas com posicionamento da pasta sobre o corte, de forma a mostrar que a pasta está atuando e acompanhando todas as etapas da mudança.

Estados pedem ao STF que autorize corte nos salários de servidores

Segundo publicação no jornal Folha de São Paulo, secretários da Fazenda de sete estados assinaram um documento solicitando ao presidente do STF (Supremo Tribunal Federal) o reestabelecimento de uma medida prevista na Lei de Responsabilidade Fiscal que possibilita a redução da jornada dos servidores públicos, permitindo corte nos salários em caso de frustração de receitas.

O texto informa que, segundo apuração da Folha, o secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo Henrique Meirelles “se dispôs a assinar, pois apoia a carta, mas não teve tempo de submetê-la à Procuradoria do Estado”.

A matéria informa que a Secretaria da Fazenda do Paraná assinou a carta somente em apoio aos outros estados, já que não apresenta frustração de receitas. Já Mato Grosso do Sul negou que será reduzida a jornada de trabalho ou salário no estado.

A publicação não deixa claro se o secretário da Fazenda de São Paulo assinaria a carta apenas como forma de apoio aos outros estados ou se igualmente teria a intenção imediata de reduzir a jornada e os salários dos servidores. Portanto a matéria fica confusa quanto à relação do estado de São Paulo na adoção da medida.

Uma tabela é utilizada para mostrar a relação das despesas com pessoal e encargos sobre o total de despesas dos estados que assinaram a carta. São Paulo, apesar de não ter assinado, aparece como o último da lista, com a menor relação, de 44,5%. Logo, falta a informação que avalie se o Estado de SP teria também uma necessidade mais urgente de adotar a medida para reajustar as contas.

Neste caso, a assessoria de imprensa pode elaborar uma carta do secretário para ser publicada no jornal, esclarecendo o apoio ao tema e confirmando – ou não – a possibilidade de corte nos salários e redução das cargas dos servidores.

Governo do Estado anunciou corte de ICMS sobre o querosene de aviação

A informação divulgada durante a programação é de que o governo anunciou corte do ICMS sobre o querosene de aviação, reduzindo a alíquota de 25% para 12%. Os estudos das companhias aéreas apresentados para a Secretaria da Fazenda indicam que a renúncia fiscal deve ficar em R\$ 205 milhões.

Em Bauru, segundo Edson Mitsuia, coordenador de Ciências Aeronáuticas da Instituição Toledo de Ensino, as medidas foram bem recebidas por representantes do setor.

Ele diz que é uma boa notícia para o setor aéreo, que provavelmente vai impactar na redução de passagens aéreas. Mitsuia também considera interessante a contrapartida exigida pelo governo de criar novos voos para atender, inclusive, cidades do interior.

O tom utilizado na notícia é positivo para a Secretaria de Fazenda, pois mostra os benefícios que a medida pode trazer para o turismo. A assessoria de imprensa da pasta pode intensificar para este veículo sugestões de novas pautas sobre incentivos fiscais e entrevistas com porta-voz.

A equipe deve, inclusive, fornecer mais informações em relação aos resultados que essas medidas geram para o fomento da atividade econômica - viés este que não foi abordado na notícia.

11/2/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

Doria prepara ajustes para evitar apagão de caixa em ano eleitoral

A reportagem de página inteira da Folha de São Paulo faz um panorama do orçamento do Estado de São Paulo e mostra algumas iniciativas do governo para amenizar o aperto nas contas.

Entre os ajustes para aumentar receitas e diminuir despesas, foram destacados pelo veículo a mudança no sistema de Previdência, privatizações, parceiras público-privadas e concessões.

A matéria evidencia o alto volume de gastos de São Paulo com funcionários ativos e inativos, com dados de um estudo feito pela especialista em contas públicas e ex-secretária da Fazenda de Goiás, Ana Carla Abrão.

A Secretaria da Fazenda e Planejamento afirma na matéria que a situação em curto prazo está controlada, com receitas de R\$ 204,7 bilhões para despesas de R\$ 198,5 bilhões.

O conteúdo publicado pelo veículo é neutro, pois mostra uma boa expectativa do governo com os ajustes e também aponta um cenário de risco com os elevados gastos. A Secretaria da Fazenda teve um espaço moderado na matéria para considerações sobre o assunto, sem aprofundar muito as questões.

A assessoria de imprensa da pasta deve oferecer ao jornal uma entrevista exclusiva com o secretário para explorar com mais profundidade o tema, sugerindo assim uma nova matéria.

Nesta nova oportunidade, a Secretaria deve enfatizar o otimismo em relação ao cenário atual do orçamento de São Paulo e mostrar que a pasta tem atuado para equilibrar as contas. Ao mesmo tempo, é preciso destacar que é fundamental pensar à frente e adotar medidas para garantir a segurança orçamentária do Estado e eliminar ameaças nos recursos para investimentos públicos.

16/2/2019 | O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SP concederá 1,2 mil km de estradas no interior

O anúncio do governador João Dória sobre a concessão de 1.201 quilômetros de rodovias foi destaque em diversos veículos do interior e da grande mídia da capital, entre eles os jornais Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo e Valor Econômico.

As publicações são similares e informam que o Governo do Estado de São Paulo prevê investimentos da gestão privada de R\$ 9 bilhões no pacote de concessões que inclui 12 vias. A vencedora da licitação será a concessionária que ofertar o maior valor do outorga ao governo de São Paulo.

Entre as exigências feitas pelo governo, estão duplicação das vias e instalação de câmeras de segurança com leitor de placas que apliquem multas ou reconheçam veículos roubados e com documentação irregular.

A concessionária também poderá aplicar descontos na tarifa do pedágio de acordo com o horário ou trecho percorrido pelo motorista. A Secretaria da Fazenda e Planejamento não foi citada nas matérias do Estadão, Folha e Valor, importantes veículos de grande abrangência.

A assessoria de imprensa da pasta deve enviar para as redações uma nota com declaração pontual do secretário Henrique Meirelles comentando o avanço dos projetos de desestatização. No posicionamento, a pasta pode enfatizar que as concessões das rodovias incrementam a arrecadação e aliam qualidade e segurança nas estradas.

Deve-se destacar também que o apoio do capital privado ajuda a acelerar o desenvolvimento de São Paulo. Na mesma linha, a equipe deve oferecer ao programa Bom Dia SP, da TV Globo, uma matéria especial, com entrevista exclusiva do secretário, avaliando como as iniciativas do governo com a parceria do setor privado podem alavancar a atividade econômica do estado.

Governador anuncia o primeiro lote de concessão de rodovias

Matéria informa sobre as concessões de 1.200 quilômetros de rodovias que serão repassados para a iniciativa privada, com investimentos previstos de R\$ 9 bilhões em 30 anos e 400 quilômetros de duplicações.

As tarifas deverão ser pelo menos 20% menores que a praticada na região e poderão ser flexibilizadas, de acordo com o trecho percorrido e horário.

A matéria, que menciona que Doria prometeu privatizar outras rodovias ao longo da gestão, é neutra. Apesar de não citar a Secretaria de Fazenda e Planejamento, caberia um posicionamento da pasta para comentar sobre as concessões.

A assessoria de imprensa poderia ter oferecido uma nota apresentando as vantagens das concessões, que além de proporcionarem modernização e segurança para as vias, incrementam as receitas do estado.

21/2/2019 | TARDE BANDNEWS/BANDNEWS/SÃO PAULO

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

A TV Band acompanhou a coletiva de imprensa no Palácio dos Bandeirantes, em São Paulo, onde João Dória comunicou que o Governo de São Paulo vai buscar compradores para a fábrica da Ford, em São Bernardo do Campo.

A unidade, que produz caminhões e o modelo Fiesta, anunciou encerramento das atividades. A principal preocupação apontada é o fato de que a empresa gera 2.800 empregos diretos e mais de R\$ 18 milhões de arrecadação para a cidade por meio de impostos. Evidentemente o fechamento da fábrica causaria significativo impacto na economia de São Bernardo.

Na matéria televisionada pela Band e BandNews são exibidas imagens da Ford e da coletiva de imprensa, com trechos das declarações do governador João Dória e do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles. Ambos demonstram preocupação com a situação devido à importância da fábrica para a região e expectativa no apoio do setor público com o privado para solucionar o problema. O secretário da Fazenda ficou responsável no governo pelo esforço em viabilizar um comprador para a unidade.

A assessoria de imprensa da pasta deve evidenciar a atuação do secretário na busca por compradores, divulgando o desfecho das agendas com os interessados e todo o andamento e/ou evolução das negociações. Os veículos de imprensa do Grande ABC devem ser priorizados. Cabe à assessoria marcar entrevistas do porta-voz nas rádios e com os jornais locais, demonstrando a acessibilidade e atenção da pasta com a região.

Para as entrevistas, a assessoria deve sugerir que o porta-voz enfatize a grande participação do ABC na economia de SP e mostre que a pasta está atenta e comprometida, junto ao setor privado, para não só solucionar o problema, mas também melhorar o cenário como um todo na defesa do desenvolvimento socioeconômico.

SP lança pacote de incentivo a montadoras e dá fôlego às negociações com GM e Volks

A reportagem fala sobre o programa de descontos anunciado pelo Governo do Estado de São Paulo de até 25% no ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) para a indústria automotiva.

A medida vale para as montadoras que apresentem planos de investir pelo menos R\$ 1 bilhão e de criar no mínimo 400 novos empregos. A redução da alíquota será relativa à quantidade de dinheiro investido pela empresa.

O secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, afirma que um dos pontos fundamentais do programa será o rígido controle e acompanhamento dos investimentos, para garantir que eles sejam efetuados.

A matéria é positiva para a pasta, pois dá espaço para as declarações de Meirelles, do governo e conta ainda com entrevista do diretor do Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo), aprovando a medida.

O assunto rende boas matérias para a Secretaria da Fazenda e Planejamento. Uma excelente oportunidade é a assessoria de imprensa convidar a imprensa para acompanhar a visita do governador e de Meirelles a uma montadora que atenda os critérios para o desconto no ICMS, depois de efetivados os investimentos e a criação dos postos de trabalho. A matéria sugerida deve mostrar o impacto da iniciativa na economia.

Na pauta, o representante da empresa pode comentar os ganhos na produtividade obtidos a partir do programa de incentivo fiscal. É possível sugerir como personagem da matéria um novo funcionário da montadora, comemorando o emprego conquistado. Já o secretário deve declarar que a ação contribuiu para novos investimentos no parque industrial, gerou mais trabalhos para a região e estimulou a economia de São Paulo.

Governo de SP dará até 25% desconto do ICMS a montadoras

O anúncio do Governo de São Paulo de descontos no ICMS para montadoras que investirem no Estado foi o tema da reportagem da Rádio CBN. O acontecimento é associado à decisão de fechamento da fábrica da Ford em São Bernardo do Campo e às dificuldades da General Motors de se manter no país.

Os aportes devem ser no mínimo de R\$ 1 bilhão e gerar pelo menos 400 novos empregos. Um trecho da fala do secretário da Fazenda, Henrique Meirelles, é divulgado na matéria, dizendo que a ideia não é incentivar a manutenção e sim novos investimentos.

A reportagem diz que a medida é uma demanda das montadoras, que já vem sendo beneficiadas por outros incentivos por parte do governo federal. Enfatiza também que o governo do Estado tem buscado compradores para a fábrica da Ford, para evitar perda de arrecadação e demissão de 2 mil funcionários.

João Dória afirma, em trecho divulgado pela rádio, que o governo do Estado não está se envolvendo em uma guerra fiscal ou concorrência desleal com outros estados, apenas quer expandir o parque industrial em São Paulo. A redução da alíquota de ICMS sobre o combustível de aviação, a pedido das companhias aéreas, e a isenção do imposto sobre frutas, legumes e hortaliças embaladas também são lembrados pela rádio.

A matéria passa a imagem que o governo de São Paulo está concedendo incentivos fiscais a diversos setores e aparentemente é positiva. Porém, abre margem para questionamentos, já que não explica se realmente essas medidas são necessárias ou o motivo de serem realizadas.

Portanto, a assessoria de imprensa da Secretaria da Fazenda poderia ter oferecido uma nota enfatizando a importância destes incentivos para o desenvolvimento das empresas e/ou dos setores no estado. Isto é, reforçar que as empresas vão investir mais, gerar mais empregos e renda para a população.

Entenda como funciona o orçamento público mundo afora

O Estado de S. Paulo preparou matéria que faz um panorama de como alguns países definem os gastos do orçamento público. O texto utiliza como gancho a declaração do ministro da Economia, Paulo Guedes, sobre um projeto que pode flexibilizar os gastos obrigatórios nos orçamentos, ficando os políticos responsáveis pelas definições do orçamento público.

A proposta recebeu muitas críticas e de acordo com especialista consultado na matéria, muitos países devem discutir o modelo de uso dos recursos. O Governo do Estado de São Paulo e a Secretaria da Fazenda e Planejamento são citados na publicação ao informar que o estado utiliza, desde 2012, um orçamento por resultados.

A reportagem, porém, pouco descreve o instrumento adotado pelo governo. Para que o conteúdo seja enriquecido, a equipe de assessores da pasta deve oferecer uma entrevista do secretário Henrique Meirelles ao Estadão para que ele apresente as vantagens, desafios e perspectivas da utilização do modelo na administração pública.

Podem ser disponibilizados ao jornalista exemplos de boas experiências da utilização do orçamento por resultados em São Paulo e um infográfico que ilustre as etapas de aplicação do modelo.

O porta-voz deve falar da importância de construir planejamentos efetivos para possibilitar a melhoria dos gastos públicos e evitar desperdícios. É conveniente que a Lei do Plano Plurianual (PPA) e suas audiências públicas sejam abordadas e evidenciadas, mostrando que o governo assegura a transparência do Orçamento e salientando que a população tem participação ativa para que as reais necessidades sejam priorizadas e atendidas.

Fornecedores não afetam notas de empresas paulistas

A reportagem do Valor Econômico traz informações sobre o programa “Nos Conformes”, iniciativa da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo que classifica contribuintes do ICMS para promover facilidades perante o Fisco.

De acordo com o texto, a pasta esclareceu que o desempenho da empresa não terá relação com a classificação de seus fornecedores. Este foi um ponto que gerou preocupação e questionamentos, já que as empresas afirmavam não ter condições de fiscalizar seus fornecedores e que não seria justo serem prejudicadas por comprar de um fornecedor que não está bem avaliado.

O veículo utiliza falas de Gustavo Ley, coordenador da Administração Tributária da Secretaria da Fazenda e Planejamento, esclarecendo que empresas que tenham fornecedores que não cumprem obrigações tributárias podem ter vantagens indevidas, portanto a medida faria sentido. Porém, segundo Ley, a Secretaria optou por não levar esse critério adiante por enquanto, pois acabaria envolvendo fornecedores de outros estados.

A publicação é positiva para a Secretaria, pois além de divulgar a iniciativa e dar espaço ao porta-voz, mostra que a pasta foi transparente e flexível para adaptar o programa. Prova disso foi a declaração de um advogado entrevistado na matéria, que afirmou que seus clientes apoiaram o programa de autorregularização e consideraram positivo que a Fazenda ajuste alguns pontos para não prejudicar os contribuintes.

O programa deve receber uma divulgação mais intensa para motivar a maior quantidade possível de contribuintes a se regularizarem e, então, obterem benefícios. A assessoria de imprensa deve emplacar na GloboNews uma matéria que reforce as vantagens que o programa oferece aos contribuintes.

A equipe deve fazer balanços contínuos do programa, mostrando a evolução do valor arrecadado. As divulgações também devem ser feitas em veículos segmentados e receber apoio nas redes sociais da pasta, para que o grande público seja atingido e estimulado a se manter em dia com o pagamento de tributos.

São Paulo defende manutenção de incentivo a área naval

O questionamento da Secretaria da Fazenda e Planejamento de Pernambuco em relação ao incentivo do governo paulista ao setor naval foi o tema principal da matéria publicada pelo Valor.

O secretário da Fazenda pernambucana criticou que ao conceder o benefício do ICMS, São Paulo criou uma concorrência desleal na licitação da Marinha para encomenda de corvetas. Por sua vez, a Secretaria paulista defendeu que o incentivo está de acordo com a lei e deve estimular a geração de empregos e renda.

A notícia de redução do ICMS para a indústria naval é positiva, porém a matéria do Valor torna-se neutra por dar mais destaque à queixa do secretário de Pernambuco.

A assessoria de imprensa deve contatar a redação do veículo para sugerir um *suíte* da matéria, desta vez salientando mais argumentos que sustentem a viabilidade da medida e a importância do incentivo para o crescimento econômico. Ou seja, enfatizar que a iniciativa pode gerar 2 mil empregos diretos e indiretos, refletindo em benefícios para outros setores econômicos de São Paulo.

A equipe também deve elaborar um artigo do secretário para o jornal O Estado de São Paulo, contextualizando que a medida é mais uma importante ação do governo para alavancar a economia paulista.

17/3/2019 | O GLOBO/RIO DE JANEIRO

São Paulo de Doria deflagra guerra fiscal

Editorial do jornal O Globo critica o programa IncentivAuto do Governo de São Paulo, bem como outras iniciativas do estado de criar incentivos fiscais para beneficiar empresas paulistas.

Segundo a publicação, a medida prejudica a arrecadação tributária, ocasiona guerra fiscal entre os estados e não há segurança quanto ao retorno das rendas e empregos. O texto utiliza tom de sarcasmo e afirma que programas como o IncentivAuto são instrumentos para designar doação de dinheiro público a grandes empresas.

O conteúdo é negativo para a Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo e cede pouco espaço para o posicionamento da pasta. A assessoria de imprensa da Sefaz deve produzir uma carta ao jornal em resposta ao editorial, argumentando que o incentivo fiscal resulta em mais investimentos, empregos e benefícios na arrecadação.

Para atestar, a carta deve utilizar dados que comprovem os avanços e dar exemplos de empresas que aderiram ao programa e os resultados obtidos, como a General Motors que vai investir R\$ 10 bilhões e abrir mais de 400 vagas. É preciso enfatizar que, colocando na balança, a medida é muito vantajosa para as empresas e para a arrecadação.

Além disso, é essencial que a carta evidencie que as medidas adotadas em São Paulo ajudam a movimentar também setores de outros estados, e assim impulsiona a atividade econômica de todo país.

18/3/2019 | O DIA/SÃO PAULO

Plano Plurianual de 2020 a 2023 tem Audiência Pública

Assim como a matéria publicada no portal Folha Nobre, analisada anteriormente, o jornal O Dia de São Paulo noticiou em seu impresso o release completo do Governo do Estado sobre as audiências públicas do Plano Plurianual (PPA) 2020/2023.

Trata-se de matéria para prestação de serviço e utilidade pública, que explica o que são as audiências públicas do PPA, quais os objetivos, os benefícios para a sociedade e de que forma a população pode participar.

A assessoria de imprensa deve fazer divulgações constantes para os veículos que já demonstraram ter disponibilidade para publicar releases na íntegra. No caso das audiências públicas, a equipe pode fazer um texto para cada etapa da iniciativa, mostrando os estágios do desenvolvimento dos programas do PPA.

É preciso evidenciar nos releases o interesse da pasta em ouvir a população, para que as prioridades sejam apontadas pelo próprio cidadão e, desta forma, o governo tenha mais assertividade e eficácia no gasto público. A secretaria deve colocar a população na posição de protagonista do planejamento, mostrando que sua participação é fundamental para o aperfeiçoamento dos serviços públicos.

19/3/2019 | G1/NACIONAL

General Motors anuncia investimentos de R\$ 10 bilhões em fábricas paulistas

O anúncio do Programa IncentivAuto - Gerando Emprego e Renda trouxe, em poucos dias, um bom resultado para o estado de São Paulo. A General Motors informou que irá investir R\$ 10 bilhões em suas fábricas de São Paulo e, além de manter os 13 mil empregos, deve abrir mais de 400 novas vagas.

Através do programa do Governo do Estado, a empresa que adotar as iniciativas de investimento terá desconto de até 25% no ICMS. A matéria do G1, apesar de transmitir uma imagem positiva do IncentivAuto, não apresenta declarações do governador, nem cita a Secretaria da Fazenda e Planejamento. Por se tratar de uma ação favorável da pasta e que traz grandes benefícios para a economia do Estado, faltou uma opinião direta da Secretaria.

A assessoria de imprensa deve enviar para o jornalista um posicionamento da pasta para gerar mais representatividade da Secretaria na matéria. A nota deve enaltecer que o programa já provoca impacto significativo e que as condições criadas contribuem para que empresas importantes para o país possam manter suas unidades ativas em São Paulo e desenvolver ainda mais suas atividades, ajudando também outros estados.

A partir da iniciativa desenvolvida, deve-se destacar que foi possível reverter a situação crítica de fábricas que fechariam, o que colocaria em risco o emprego de milhares de pessoas e prejudicaria a economia estadual.

A equipe da assessoria também deve desenvolver um relatório para ser divulgado em coletiva de imprensa que aponte a quantidade de empresas do estado que foram beneficiadas com o programa, bem como os resultados na economia gerados com os investimentos e novos empregos no estado.



19/3/2019 | FOLHA NOBRE

Plano Plurianual 2020/2023: Audiência Pública Eletrônica acontece até dia 15 de abril

O portal Folha Nobre publicou na íntegra o release divulgado pelo Governo de Estado de São Paulo. A matéria destaca a importância da participação população nas audiências públicas do PPA (Plano Plurianual) 2020/2023 e como os espaços para o diálogo acontecem.

O texto conta com aspas do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, explicando que as audiências são eficazes oportunidades de dar voz ao cidadão para que o Governo saiba diretamente pelas pessoas quais são as demandas mais urgentes a serem atendidas.

O conteúdo é 100% positivo para a pasta, já que foi um material próprio do Governo do Estado replicado pelo jornal. A divulgação de releases para a grande mídia é fundamental para atingir maior alcance, mas incluir a imprensa local e de menor cobertura é tão importante quanto.

Grande parte dos veículos de menor audiência é mais acessível e possui espaço disponível para que a assessoria de imprensa divulgue os conteúdos da pasta. Com a estratégia de multiplicar as publicações nesses veículos, a Secretaria da Fazenda e Planejamento garante uma maior quantidade de conteúdos totalmente positivos para a pasta.

É fundamental que a divulgação das audiências públicas receba amplo reforço e apoio nas redes sociais da Secretaria, pois são os meios de comunicação que mais atingem diretamente a população, com potencial de viralizar mensagens. Nas postagens, a pasta deve utilizar linguagem informal e recursos lúdicos, incluindo vídeos e ilustrações, para captar a atenção dos internautas e estimular a participação das pessoas.

20/3/2019 | BOM DIA SP/TV GLOBO/SÃO PAULO

GM aderiu a programa do governo que dá descontos no ICMS

A coletiva de imprensa no Palácio dos Bandeirantes que anunciou o investimento da General Motors de R\$ 10 bilhões nas fábricas paulistas foi noticiada pelo jornal Bom Dia SP. A iniciativa da montadora se deu após o programa do governo estadual IncentivAuto.

A matéria mostra as declarações do governador João Dória e do presidente da GM na América Latina, Carlos Zarlenga. O investimento, segundo Zarlenga, será para lançar novos produtos com mais tecnologia. A medida também favorece a geração de empregos e, de acordo com Doria, mais de mil novos postos de trabalho serão criados.

O conteúdo veiculado é positivo, mas não cita a Secretaria da Fazenda e Planejamento. Por isso, a pasta deve entrar em contato com a produção e oferecer um *suite* da matéria para mostrar os benefícios que o programa já apresentou para a economia e para a população (no caso, os empregos gerados).

Para dar mais notoriedade à Secretaria, a matéria deve ter entrevista com o porta-voz da pasta, que deve enfatizar que os incentivos oferecidos fomentam a atividade econômica do estado e que, desta forma, a redução do ICMS no setor é compensada.

Para enriquecer a matéria, a pasta deve oferecer um balanço dos efeitos do programa até o momento, ou seja, quantas empresas foram beneficiadas, qual o valor total de investimentos, quantos empregos diretos e indiretos já foram gerados para a população e quais foram os resultados na receita estadual.

23/3/2019 | O GLOBO/RIO DE JANEIRO

Artigo - João Doria: Incentivo à competência

Artigo do governador João Dória divulgado no jornal O Globo destacou alguns pontos relevantes do programa IncentivAuto que sofreram questionamentos. O artigo foi um instrumento de resposta à matéria publicada pelo mesmo veículo, no dia 17 de março, criticando a iniciativa do governo paulista por poder provocar guerra fiscal.

O texto assinado pelo governador defende que a medida não promove competição fiscal e age com responsabilidade fiscal. Ele deixa claro que o benefício não é uma política de renúncia tributária e não haverá isenção do ICMS. O programa oferece desconto somente após as empresas cumprirem com as metas exigidas, ou seja, efetivarem os investimentos e criar empregos.

O último parágrafo do artigo enaltece a atuação do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, afirmando que foi ele o responsável por retirar o país de duas grandes crises econômicas e encerrar a maior recessão da história.

Com clareza e otimismo, o texto de Doria mostra que as medidas oferecidas pelo governo estimulam o crescimento econômico, pois facilitam a geração de emprego, renda e arrecadação tributária.

A publicação foi uma ótima estratégia para neutralizar no Rio de Janeiro a imagem do governo do Estado de São Paulo e da Secretaria, após as críticas infundadas disseminadas nos veículos de imprensa cariocas. Além disso, o discurso do governador reconhecendo o bom trabalho do secretário dá ainda mais expressividade ao programa e à pasta.

O artigo deve ser aproveitado nos demais veículos do Rio de Janeiro e também deverá ser produzido um novo artigo, desta vez para o jornal Folha de São Paulo e assinado por Meirelles, analisando o avanço da economia do estado a partir das medidas de incentivo fiscal do governo.

Nova concessão acrescenta 15 novos pedágios às rodovias de SP

A matéria expõe críticas sobre o excesso de pedágios nas rodovias estaduais concedidas à iniciativa privada. Serão 15 novas praças, representando um aumento de 10% de pedágios às rodovias de São Paulo concedidas.

O veículo procurou a Artesp (Agência de Transporte do Estado de São Paulo), que informou que a nova concessão pode sofrer alterações, já que o projeto ainda passa por audiências públicas. Além disso, a Artesp disse que os municípios serão beneficiados com imposto gerado sobre a tarifa dos pedágios em até R\$ 2 bilhões, em 20 anos.

Ainda assim, a medida é alvo de críticas de governadores e prefeitos, segundo a matéria. O prefeito de Garça, João Carlos dos Santos, disse à reportagem que é preciso mais investimentos nas estradas, mas que é contra a instalação de pedágios.

A Secretaria da Fazenda e Planejamento não é citada no texto publicado pelo Valor, mas a matéria passa uma imagem negativa do pacote de concessões lançado pelo governo estadual. Nenhum fator positivo da iniciativa é mencionado na matéria, apenas desaprovações em relação aos pedágios. Para reverter a má impressão transmitida sobre a iniciativa do governo, a assessoria de imprensa da Sefaz pode enviar um texto ao veículo com declarações do porta-voz da pasta ressaltando pontos fundamentais da concessão para o desenvolvimento de São Paulo.

No posicionamento, a pasta deve evidenciar que os projetos do governo de privatização, concessão e parcerias público privadas são oportunas ações para promover investimento, modernização, qualidade no serviço e incremento à arrecadação estadual. No caso das concessões de 1,2 km de rodovias, deve-se enfatizar que o gestor privado deverá investir R\$ 9 bilhões nas estradas, além de atender uma série de medidas para a modernização e segurança das vias, e que são medidas como essa que geram mais recursos ao estado, crescimento econômico e melhorias para a população.

Secretários de Fazenda de 5 estados reafirmam apoio à reforma da Previdência

Matéria da Folha de São Paulo informa que os secretários de Fazenda e Planejamento dos estados de Goiás, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Alagoas e Amazonas se manifestaram favoráveis à reforma da Previdência, durante um seminário realizado em São Paulo. Os secretários criticam que os gastos com pessoal consomem a maior parte da arrecadação estadual. Segundo Alex Del Gogio, secretário da Fazenda de Minas Gerais, o estado gasta 77% com despesas de pessoal.

A Secretaria da Fazenda e Planejamento de São Paulo não foi procurada para se posicionar e nem citada na matéria. Porém, o texto aponta questionamentos da secretária de Fazenda de Goiás Cristiane Schmidt em relação a São Paulo, criticando a ação do governo de reduzir a alíquota do ICMS sobre o querosene de aviação e afirmando que, com essas medidas de incentivo, o estado iniciará uma guerra fiscal.

Principalmente devido à declaração da secretária de Goiás, é válida uma resposta da Secretaria da Fazenda e Planejamento ao veículo. Esse retorno poderá ser feito por meio de um artigo assinado pelo secretário, Henrique Meirelles, pontuando algumas questões abordadas na matéria.

Inicialmente, o texto deve lembrar que o aumento da expectativa de vida no Brasil e as atuais regras da Previdência geram custos excessivos e preocupantes, podendo em curto prazo causar enormes prejuízos à economia e até quebrar o país. Isto é, alertar que a reforma não só é necessária, como um ponto básico para sustentar o país.

Outro ponto a ser comentado pela pasta é que as medidas de incentivo criadas pelo governo paulista ocorrem com responsabilidade fiscal e que são importantes ferramentas para estimular investimentos, gerar empregos, movimentar os setores econômicos inclusive de outros estados e alavancar a economia do país.

Somente no caso da redução do ICMS sobre o querosene, vale frisar que as companhias aéreas deverão oferecer 70 novos voos, fomentando o turismo e estimulando a redução de passagens aéreas. Com o aumento do volume dos voos, as empresas estimam acréscimo de R\$ 327 milhões na receita.

Para concluir, sugere-se que o artigo diga que é preciso deixar de enxergar as medidas de forma superficial, pois o grande esforço com as ações desenvolvidas pelo governo é voltado para equilibrar as contas públicas e beneficiar a população.

É oportuno ressaltar no texto que a arrecadação é direcionada para melhorias dos serviços públicos e para a evolução da economia, com foco na geração de empregos e renda para a população. Uma questão básica a acentuar é que a crise econômica do país gera aumento do desemprego, ampliando inclusive a criminalidade. Ou seja, são medidas urgentes que o governo adota para direcionar o estado para o caminho do desenvolvimento.

Governo paulista faz consórcio com estados do Sul e Sudeste

Notícia informa que São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais vão participar do Consórcio de Integração Sul e Sudeste (Cosud), consórcio público para desenvolver políticas públicas conjuntas, apoiar ações e evidenciar a opinião dos integrantes e reduzir guerra fiscal entre os governos estaduais.

Dois professores de universidades foram entrevistados e opinaram ser positiva a cooperação entre os estados para fortalecer a Federação, além de amenizar guerras fiscais e rivalidades. O portal DCI não utilizou declaração de nenhum representante de governo e não citou a Secretaria da Fazenda e Planejamento, porém é um assunto pertinente para a pasta se manifestar.

Como o conteúdo publicado é online, é oportuno que a assessoria de imprensa da pasta envie uma consideração do secretário Henrique Meirelles sobre a participação do estado no consórcio, para que a matéria seja atualizada e complementada com uma posição positiva da Secretaria.

A nota deve celebrar a iniciativa por ser uma valiosa oportunidade de somar esforços para aquecer a economia. É preciso destacar no posicionamento que o Cosud reúne os estados com o maior Produto Interno Bruto (PIB) e a atuação conjunta dos integrantes vai aperfeiçoar a eficácia do gasto público e potencializar as ações para benefício da população.

Além disso, a consideração do secretário pode reforçar que partir dos encontros, serão discutidos os incentivos fiscais e, então, as questões de guerra entre os estados serão minimizadas. Seguindo a mesma direção, os integrantes do consórcio serão capazes de fortalecer medidas fundamentais para a economia do país.

Após acordo com Doria, Gol amplia voos de SP para mais seis destinos

A publicação do Valor Econômico informa que a companhia aérea Gol incluiu seis novos voos na malha, conforme acordo realizado com o governador João Doria para a redução da alíquota do ICMS sobre os combustíveis da aviação.

A notícia é vaga, não detalha o programa de incentivo do governo, não menciona a Secretaria da Fazenda e nem oferece declarações do governador ou do representante da Gol.

A assessoria de imprensa da pasta deve procurar o veículo para oferecer mais informações sobre o objetivo da redução da alíquota e uma entrevista exclusiva com porta-voz da Secretaria, comentando os bons resultados que a medida proporcionou ao setor aéreo e também às receitas do estado, já que o turismo está sendo estimulado.

O porta-voz pode lembrar também que os programas de incentivo do governo sempre são desenvolvidos com contrapartidas - devidamente cobradas e controladas - para que os contribuintes ajudem a fomentar as atividades econômicas ao mesmo tempo em que a arrecadação do estado não sofra desequilíbrio.

Doria nega corte de verbas em projeto social de São Paulo

A Globonews acompanhou a coletiva de imprensa no Palácio dos Bandeirantes, onde o governador João Doria anunciou que o Projeto Guri será mantido com o investimento integral de R\$ 94,7 milhões.

O projeto seria afetado com redução de R\$ 20 milhões, após o anúncio do plano de contingenciamento do governo. De acordo com a repórter Gabriella Bridi, o governador voltou atrás na decisão e permitiu o descontingenciamento.

Segundo o secretário estadual da Cultura, Sérgio Sá Leitão, a Organização Social do programa se precipitou ao tomar a decisão preventiva de enviar aviso prévio aos funcionários. O secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, participou da coletiva, mas não foi mencionado pela GloboNews.

Para aproveitar a oportunidade, a assessoria de imprensa da pasta poderia ter viabilizado com a equipe presente da GloboNews uma entrevista ao vivo do secretário para pontuar que o contingenciamento de R\$ 5,7 bilhões nas áreas do governo foi determinado devido ao déficit fiscal em 2019. Outra questão que poderia ser abordada é o Plano de Contingenciamento e as medidas previstas para que os serviços oferecidos à população não sejam interrompidos ou prejudicados.

Vale analisar também que, segundo estudo do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, o valor do impacto social gerado pelo Projeto Guri corresponde a seis vezes o valor investido: a cada R\$ 1 do Governo do Estado destinado para o projeto, a sociedade recebe R\$ 6,40 em serviços. Isto é, pode-se dizer que é um programa que gera importantes resultados para a população e para o crescimento socioeconômico.

1/4/2019 | SP2/TV GLOBO/SÃO PAULO

Governo do estado detalhou hoje seu plano de contingenciamento de gastos

O apresentador do SP2, Carlos Tramontina, informa que o governo de São Paulo anunciou o plano de contingenciamento de gastos que deve afetar o orçamento de quase todas as Secretarias, exceto Saúde, Educação e Segurança.

Apesar do corte incluir a Secretaria da Cultura, o governo garantiu que o Projeto Guri não será afetado. Ao vivo do Palácio dos Bandeirantes, a repórter Elaine Bast informou que o governo voltou atrás na decisão de congelar gastos no Projeto Guri, após as Organizações Sociais que administram o programa enviarem aviso prévio de demissão dos funcionários, situação essa que gerou má repercussão.

No anúncio feito em entrevista coletiva, o governo disse que o corte de despesas é necessário porque a receita que entrará no caixa será menor que a prevista, podendo faltar mais de R\$ 10 bilhões. O orçamento prejudicado se deu principalmente a dois fatores. A economia parada fez a arrecadação de ICMS cair, e a privatização da Sabesp, que reforçaria o caixa, só deve acontecer no próximo ano.

O plano de contingenciamento apresentado pelo Governo do Estado inclui extinção ou fusão de seis estatais. Além disso, o vice-governador e secretário de governo, Rodrigo Garcia, disse que o governo já tem feito cortes de cargos comissionados e de empresas terceirizadas.

A secretaria da Fazenda e Planejamento não foi consultada, porém o assunto rende uma nova matéria no SP2, detalhando melhor o plano de contingenciamento, pois a abordagem foi superficial.

Para a pauta, a assessoria de imprensa deve oferecer entrevista com porta-voz que explique por que o bloqueio das despesas foi necessário e quais medidas já estão sendo tomadas para gerar receitas, mantendo os serviços necessários para a população.

Doria estuda emitir dívida e dar royalties como garantia

A matéria informa que títulos da dívida de São Paulo poderão ser emitidos pelo governo do Estado com garantia de royalties do petróleo. O objetivo da medida é utilizar os recursos para cobrir a receita incerta de R\$ 10 bilhões, que estava prevista no Orçamento de 2019.

As falas do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, durante o anúncio na coletiva de imprensa, receberam amplo espaço na matéria do impresso da Folha. Meirelles comentou que se reunirá com investidores em Nova York para tratar do assunto e que o governo está trabalhando para incrementar receitas para cobrir o Orçamento.

A publicação é neutra para a Secretaria da Fazenda e Planejamento, pois expõe uma fase complicada das receitas do Estado ao mesmo tempo em que demonstra que a pasta está preocupada e trabalhando para solucionar a situação com diversas propostas.

Após as agendas do secretário em Nova York, a assessoria de imprensa deve sugerir uma nova pauta, pontuando o que foi debatido no encontro em relação à emissão da dívida e à Sabesp, se houve retorno positivo por parte dos investidores e quais serão os próximos passos a serem tomados para cobrir a receita.

Confaz prorroga incentivo de ICMS para insumos por mais um ano

O Convênio 100, benefício que reduz ou isenta o ICMS sobre insumos agropecuários, foi renovado por um ano após Conselho Nacional de Política Fazendária atender a pressão de entidades do setor de agronegócio.

A matéria menciona estudo da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), que apontou que a não renovação do incentivo fiscal poderia gerar aumento nos custos de produção e impacto de R\$ 40 bilhões sobre o setor.

Os estados que lideraram a resistência à prorrogação do Convênio 100, de acordo com a publicação, foram Santa Catarina – que adotou políticas contra agrotóxicos - e São Paulo - justificando que a isenção de ICMS dada à importação de defensivos ocasionou perda de arrecadação.

Por tratar inclusive de agrotóxicos, o incentivo fiscal sobre insumos agropecuários é um assunto polêmico. A matéria é neutra para a Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, pois apesar de citar que a pasta se posicionou contra a renovação do incentivo, a decisão envolve os demais secretários estaduais de Fazenda.

Sugere-se que a assessoria de imprensa acompanhe os reflexos da renovação do convênio, isto é, analise se a redução ou isenção do ICMS sobre o setor causou impacto negativo na economia de São Paulo. Caso a mídia repercuta os prejuízos na arrecadação com a renovação do programa, a assessoria da Secretaria deve se antecipar e sustentar que se posicionou contra a medida antes mesmo da prorrogação.

6/4/2019 | O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO

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

A notícia diz que o governador do Estado de São Paulo, João Doria, manifestou a intenção de conceder à iniciativa privada a manutenção e a modernização do Zoológico, Zoo e Jardim Botânico.

O objetivo da ação do governo é eliminar o prejuízo anual de R\$ 4 milhões aos cofres públicos, atrair investimentos de R\$ 60 milhões e melhorar os serviços prestados nas áreas. A parte de pesquisa com plantas e animais será gerida pelo estado, com o incentivo da iniciativa privada.

Apesar de não citar a Secretaria da Fazenda e Planejamento, a matéria é positiva pois mostra apenas a perspectiva favorável da iniciativa, ou seja, os benefícios que o governo espera com a concessão.

Cabe à assessoria de imprensa da pasta trabalhar melhor o assunto na mídia, associando mais as futuras pautas à Secretaria. A equipe pode enviar aos jornalistas dos principais veículos impressos um comentário do secretário da pasta, Henrique Meirelles, aprofundando a questão. Na declaração, pode-se contextualizar a importância dos projetos de desestatização do governo e as vantagens que proporciona, como o incremento à receita e a modernização e eficiência dos serviços para a população.



Corte estimado de 127 milhões de reais na área da cultura do Governo de São Paulo deve afetar 23 equipamentos

Matéria da Rádio CBN fala sobre os impactos nos equipamentos de culturais com o contingenciamento. O secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, é citado ao informarem que a equipe da pasta detectou um rombo de R\$ 10 bilhões no orçamento estadual, e por isso as medidas foram necessárias.

Segundo noticia a rádio, o corte na Cultura seria de R\$ 127 milhões, afetando 23 projetos ou equipamentos e resultando na demissão de pelo menos 500 pessoas. São citados diversos programas e equipamentos que seriam prejudicados com os efeitos do corte.

O presidente da Associação Brasileira de Organizações Sociais da Cultura (ABRAOSC) disse, em sonora, que o dinheiro destinado à Cultura diminuiu nos últimos 10 anos. A matéria passa uma imagem negativa sobre o contingenciamento e dos cortes possíveis cortes nos programas e equipamentos culturais.

O conteúdo também é tendencioso ao afirmar que serão feitos cortes na Cultura, sendo que ainda estão sendo definidas as medidas que deverá ser tomadas. A assessoria de imprensa da Secretaria da Fazenda e Planejamento deve oferecer uma entrevista com o titular da pasta para que ele contextualize melhor o cenário atual em decorrência das receitas anteriores que eram incertas. O porta-voz deve tranquilizar, negando que a Cultura será prejudicada e dizendo que o plano de contingenciamento será executado de forma que os serviços sejam todos mantidos.

Governo de São Paulo garante manutenção de programas da Cultura

A reunião do governo do Estado com a Secretaria de Cultura e as Organizações Sociais para rediscutir o orçamento é a pauta da matéria da Rádio Jovem Pan. No encontro, as OS mostraram ao governador os prejuízos que o contingenciamento de gastos, caso afetasse à pasta, causaria aos programas e equipamentos culturais.

A reportagem lembra que João Doria voltou atrás na decisão de fazer cortes na Cultura, após contestações que surgiram com a possível interrupção de unidades do Projeto Guri.

Em sonora, o deputado Carlos Giannazi diz que o Ministério Público precisa investigar o contingenciamento e critica que o governo de São Paulo investe pouco na Cultura. Além disso, Giannazi sugere que sejam feitos cortes na verba da Assembleia, que possui orçamento que ultrapassa R\$ 1 bilhão.

A abordagem dada ao assunto pela Rádio Jovem Pan é negativa. Por mais que a matéria tenha dito que o governo negou cortes no projeto Guri, fica um entendimento de que o investimento é baixo e de que os cortes não são feitos onde é realmente necessário.

A assessoria de imprensa da Secretaria da Fazenda deve enviar uma nota à rádio esclarecendo melhor o plano de contingenciamento e explicando por que o orçamento precisa ser rediscutido. É fundamental divulgar dados recentes que mostrem que o investimento do governo tem avançado, tanto na Cultura como em outros setores.

A pasta deve dar exemplos de cortes que não afetam programas oferecidos à população, e que qualquer medida será planejada com estudos para não prejudicar a qualidade dos serviços assistenciais.

Meirelles afirma que vai analisar pleito da Caoa para inclusão no IncentivAuto

A matéria utiliza como gancho as declarações do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, de avaliar a possibilidade de incluir a compra da fábrica da Ford no IncentivAuto. O programa dá descontos no ICMS a montadoras que apresentem planos de investimento de no mínimo R\$ 1 bilhão e criação de pelo menos 400 empregos.

A Caoa vai apresentar o projeto e, então, a Secretaria da Fazenda irá analisar se o benefício de desconto será, de fato, um investimento. Na avaliação de Meirelles, aparentemente sim, já que a Ford realmente decidiu fechar a partir de 2020.

A publicação é bastante positiva, pois deu espaço integral para as falas do secretário, que pode esclarecer que o programa não configura renúncia fiscal, já que prevê aumento da arrecadação a partir dos investimentos e geração de empregos. Importante também que Meirelles contextualizou que a partir do programa IncentivAuto, o governo conseguiu que a General Motors não saísse do país, fato este que causaria enorme perda na arrecadação.

Por ser do ABC, o jornal possivelmente continuará fazendo matérias positivas sobre as medidas que incentivam a venda da Ford. A assessoria de imprensa da Secretaria deve manter o jornal atualizado com conteúdos da pasta que destaquem os avanços da negociação, pois este é o principal veículo impresso do ABC, região onde está situada a fábrica.

11/4/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

TENDÊNCIAS/DEBATES - Henrique Meirelles - Crescer com responsabilidade fiscal

Artigo do secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, publicado no jornal Folha de São Paulo, fala sobre as iniciativas do governo para o desenvolvimento de negócios e indústrias no Brasil, usando como exemplo do IncentivAuto.

O texto atenta que o programa não se trata de guerra fiscal, subsídio e nem de renúncias fiscais sem critérios. A montadora só receberá desconto de até 25% no ICMS, depois de investir pelo menos R\$ 1 bilhão e criar no mínimo 400 novos empregos. O benefício será aplicado somente em cima da venda de veículos produzidos a partir do investimento.

Para atestar que, com esses incentivos, São Paulo não compete com outros estados, Meirelles cita um estudo desenvolvido pela Secretaria da Fazenda que mostra que a “disputa” de São Paulo é com outros países. Os automóveis, por exemplo, que deixam de ser fabricados em São Paulo vão ser produzidos em outros países.

O artigo deixa claro que, com responsabilidade fiscal, o governo paulista conseguiu através destas medidas avanços para fomentar a economia. A publicação foi um importante movimento da pasta para esclarecer questões que acabaram gerando críticas, principalmente por parte de outros estados.

A assessoria de imprensa também deve planejar uma coletiva de imprensa para divulgar um balanço oficial e mais consolidado dos resultados do programa. Isto é, fazer uma divulgação completa de quantos novos empregos foram gerados, o volume total de investimentos das montadoras e o impacto na receita do estado.

Handwritten signature in red ink

Handwritten signature in blue ink

13/4/2019 | O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

IncentivAuto não terá renúncia, diz Meirelles

Informações gerais sobre o programa IncentivAuto são dadas na matéria publicada pelo jornal O Estado de São Paulo, com o secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, como fonte.

O texto destaca que o governo do Estado publicará as normas que definirão as regras para as montadoras que vão aderir ao programa. Mais uma vez, é ressaltado que não haverá renúncia fiscal com o IncentivAuto, pois o desconto será aplicado mediante ao investimento e criação de empregos, e somente sobre a venda dos carros produzidos a partir do aporte de no mínimo R\$ 1 bilhão das empresas.

A imagem que a matéria passa é que a Secretaria tem a preocupação e cuidado em promover um programa que estimule o setor de maneira responsável, portanto a matéria é positiva. Não foi utilizado nenhum tom crítico no texto e nem aberto espaço para contraditório.

A Secretaria da Fazenda e Planejamento, bem como o titular da pasta tiveram grande destaque na notícia. Um texto com abordagem similar - com informações gerais do IncentivAuto e que esclareça os principais pontos que recebem questionamentos - deverá ser divulgado pela assessoria de imprensa para todos os veículos do estado, para obter o maior volume possível de publicações positivas na mídia.

[Handwritten signature in red ink]

[Handwritten signature in blue ink]

13/4/2019 | AMANHECER DAS NOTÍCIAS

Audiências públicas temáticas do PPA têm início na próxima segunda

O mesmo release publicado no Portal da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo foi utilizado nesta matéria do site Amanhecer das Notícias. O conteúdo produzido pela pasta foi replicado na íntegra pelo site.

Apesar de ter sido publicado por um veículo de comunicação pequeno, o material é totalmente positivo – já que foi feito pela própria Secretaria - e ajuda a somar e alavancar os resultados positivos da Secretaria na imprensa.

Portanto, a assessoria de imprensa deve manter as divulgações de releases para todos os veículos de imprensa, sejam eles de grande ou baixa repercussão, como forma de atrair cada vez mais alcance às ações da pasta.





66

16/4/2019 | FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

Bloqueio de Doria atinge 18% da verba prevista para investimentos em 2019

O texto jornalístico dá luz a um anúncio de bloqueio de quase R\$6 bilhões nos gastos previstos para 2019. A matéria enfatiza que com a medida o estado perde 18% da verba prevista para investimentos. Além disso, detalha quais são as secretarias mais afetadas pelo bloqueio e abre valores de perda em cada uma delas.

Apesar de o veículo ter dado bastante espaço para a secretaria justificar as decisões, a matéria é negativa, pois sempre que é corte de verbas e perdas de investimentos a opinião pública é contra.

A assessoria poderia ter sugerido uma pauta com ações positivas e investimentos do estado nas diferentes áreas. Também poderia ter explicado à população a necessidade de no início de mandato ter caixa suficiente, para caso ocorra alguma urgência.

17/4/2019 | RÁDIO GLOBO 94,1 FM/SÃO PAULO

Secretaria da Fazenda faz ação contra sonegação de R\$ 400 milhões em 27 cidades de SP

A nota informa sobre uma operação da Secretaria Estadual da Fazenda e Planejamento de São Paulo de combate à sonegação de impostos na importação de mercadorias em 27 cidades paulistas.

A ação investiga 80 estabelecimentos de 48 empresas Importadoras de alimentos bebidas e insumos químicos. A estimativa é que tenha sido sonegado o total de 400 milhões de reais de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, isso entre os anos de 2015 a 2018.

Das 15 companhias investigadas na capital, uma é suspeita de sonegação de R\$ 66 milhões na importação de chocolate.

Além da capital, a operação foi realizada em cidades do ABC, na Grande São Paulo e também nas regiões de Araraquara, Bauru, Campinas, Jundiaí, Ribeirão Preto e Vale do Paraíba.

A matéria é positiva porque mostra ação de fiscalização e investigação da secretaria, apesar do desvio dos cofres públicos. A assessoria poderia sugerir uma pauta com o resultado da ação, mostrando quem foi pego e o valor devolvido aos cofres públicos.

Secretaria da Fazenda de SP faz operação contra fraude no ICMS

A matéria veiculada pela TV fala sobre ação da Secretaria Estadual da Fazenda e Planejamento, em São Paulo, numa operação que investiga sonegação de aproximadamente R\$ 400 milhões de ICMS com esquema fraudulento na importação de mercadorias.

Os produtos que chegavam ao país e que deveriam ir para outros estados acabavam ficando na capital paulista.

A TV acompanhou a ida dos agentes da Secretaria Estadual da Fazenda a uma das empresas investigadas, além de ter veiculado imagens da mesma ação em outras cidades.

A matéria foi positiva para a secretaria, pois mostrou a ação de fiscalização e investigação da pasta. A assessoria poderia sugerir uma pauta com a continuação da operação, fornecendo balanço de quantas pessoas foram presas ou multadas.

18/4/2019 | RÁDIO CIDADE 730 AM/JUNDIAÍ

Secretaria Estadual da Fazenda de SP realizou nesta quarta uma operação de combate de sonegação de impostos

A operação de combate de sonegação de impostos realizada pela Secretaria da Fazenda e Planejamento de São Paulo foi noticiada pela Rádio, que informou que a ação investiga 80 estabelecimentos de empresas importadoras de alimentos, bebidas e insumos químicos.

A estimativa é que tenha sido sonegado o valor de R\$ 400 milhões de imposto de ICMS. A nota dada pela rádio diz ainda que os fiscais da Fazenda foram até uma das empresas investigadas na capital.

O conteúdo é positivo para a Secretaria da Fazenda, porque mostra que a pasta está trabalhando contra a sonegação de impostos. A assessoria de imprensa poderia oferecer sonora com um inspetor fiscal que atuou na investigação para que ele dê detalhes da ação, quais serão os próximos passos, quanto já foi recuperado e qual a necessidade deste tipo de fiscalização para garantir a arrecadação do estado.



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

Notícia informa que mais de 309 mil proprietários de veículos serão notificados pela Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo por apresentarem débitos do IPVA (Imposto sobre Propriedades de Veículos Automotores).

Os débitos totalizam R\$ 328 milhões e a Fazenda enviará ao domicílio do proprietário um comunicado com o valor da multa e os juros. Quem não quitar o débito ou apresentar defesa, terá o nome escrito na dívida ativa do Estado.

A rádio passa orientações de como o contribuinte deve efetivar o pagamento e divulga o canal de atendimento da Fazenda em caso de dúvidas. A abordagem dada pela rádio é neutra, apenas passa informações gerais sobre contribuintes que estão em dívida com o IPVA.

Este tipo de notícia pode passar a imagem ao ouvinte de que a Secretaria da Fazenda tem apenas a função de cobrar o imposto. A assessoria de imprensa tem o papel de amenizar essa imagem e reforçar a importante atuação da pasta.

Ao divulgar releases com informações gerais sobre pagamento de tributos, como o IPVA e ICMS, é pertinente que a assessoria de imprensa inclua sempre um parágrafo no texto com esclarecimentos sobre a importância da contribuição, isto é, por que eles são necessários e para onde os recursos são destinados.

Desta forma, ao dar a notícia, o veículo de comunicação consegue repassar à população o entendimento de que a Secretaria é responsável pela gestão e planejamento orçamentário do estado, atuando para a qualidade dos serviços públicos.



Estado prorroga isenção de ICMS para taxistas

O Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz) autorizou a prorrogação da isenção do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) na aquisição de veículos utilizados para taxi. Em São Paulo, a medida foi anunciada pelo governador João Doria.

Par obter o benefício, o taxista deve possuir licença para o exercício, ter no mínimo um ano de atividade e não poderá ter comprado nos últimos dois anos veículo com a isenção do ICMS.

No Estado de São Paulo, segundo informa a publicação, os profissionais contam com mais facilidades para a solicitação da isenção, através do sistema totalmente digital Sivei.

A matéria oferece informações gerais sobre a prorrogação da isenção e os critérios para usufruir do benefício. Ela é neutra para a Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, pois não foi transmitida nenhuma mensagem crítica ou que questione o incentivo.

Por outro lado, o conteúdo não explica o motivo de manter a isenção do ICMS para beneficiar taxistas. É importante que a assessoria de imprensa da pasta, ao fazer divulgações sobre o assunto, ofereça no release aspas com declaração do titular justificando que a medida incentiva o trabalho dos motoristas, gerando renda, e até estimula a troca frequente de veículos, proporcionando maior segurança aos taxistas e passageiros.

29/4/2019 | VALOR ECONÔMICO/SÃO PAULO

Pacto federativo emperra e preocupa governadores

A reportagem fala sobre a preocupação dos governos estaduais após o ministro da Economia, Paulo Guedes, dizer que vai condicionar a liberação de recursos à aprovação da reforma da Previdência. Os governadores e secretários de Fazenda e Planejamento cobram soluções urgentes enquanto caminha a reforma.

Os principais pontos abordados na publicação são o pacto federativo e a divisão da cessão onerosa do petróleo. A Secretaria de Fazenda de São Paulo enviou nota ao Valor informando que governadores do Consórcio de Integração Sul e Sudeste (Cosud) vão debater uma possível estratégia para aprimorar o pacto federativo.

O conteúdo deixa visível a angústia dos governos estaduais por respostas imediatas para uma recuperação fiscal e financeira. A assessoria de imprensa da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo deve elaborar um artigo do titular da pasta para publicação no jornal.

O texto deve analisar a real necessidade de colocar rapidamente em prática medidas que aliviem os cofres. É preciso mencionar o esforço constante da pasta, que tem buscado soluções, através de várias iniciativas em São Paulo, para equilibrar as contas. O artigo também pode comentar quais foram as conclusões obtidas a partir da última reunião do Cosud sobre o pacto federativo.

Experiência, capacidade de atendimento e habilidades dos profissionais da licitante

Clientes atuais

Eu, Vanderlei de Oliveira França, representante legal da licitante VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI, CNPJ nº 10.354.430/0001-65, declaro para fins desta licitação que a referida empresa atende, no presente momento, os seguintes clientes:

- a) Secretaria de Estado da Saúde do Governo do Estado de São Paulo – desde setembro 2007, até o presente momento;
- b) Instituto do Câncer do Estado de São Paulo Octávio Frias de Oliveira – desde janeiro de 2010, até o presente momento;
- c) Hospital de Transplantes do Estado de São Paulo Euryclides de Jesus Zerbini – desde junho de 2010, até o presente momento;
- d) Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo – desde maio de 2011, até o presente momento;
- e) Projeto de Fortalecimento da Gestão da Saúde no Estado de São Paulo (BID) - desde 2016, até o presente momento;
- f) Faculdade de Medicina da USP, desde janeiro de 2015 até o presente momento;
- g) Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde, desde agosto de 2016 até o presente momento;
- h) Fundação Butantan/Instituto Butantan, desde dezembro de 2017 até o presente momento.
- i) SPDM (Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina), desde 2014 até o presente momento.
- j) Hospital Municipal de Barueri, desde 2018 até o presente momento.
- l) Duosystem Tecnologia e Informática, desde janeiro de 2018, até o presente momento;
- m) Bulla Sociedade de Empréstimo entre Pessoas S.A., desde maio de 2019, até o presente momento;

o) Necton Investimentos, desde novembro de 2019 até o presente momento.

São Paulo, 24 de janeiro de 2020.


VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA
R.G. nº 22.965.955-X

 VFR COMUNICAÇÃO





75

Instalações e infraestrutura

A VFR Serviços de Comunicação Eireli, além dos profissionais indicados na presente proposta, que irão compor a equipe técnica de atendimento ao objeto desta licitação, deixará à disposição da CONTRATANTE toda a sua redação de jornalistas / assessores de imprensa, que serão constantemente informados acerca das divulgações da instituição feitas aos veículos de comunicação, demandas dos órgãos de imprensa, e do tema específico mencionado no exercício criativo da presente proposta técnica.

A VFR Serviços de Comunicação Eireli está equipada com equipamentos de última geração e com as versões mais atuais dos principais programas para criação, finalização, produção, planejamento e compra de mídia e administração.

A licitante utilizará para atendimento específico da CONTRATANTE os seguintes equipamentos:

- Nove terminais de computadores Acer Gamer - Intel Core I7 7700 4.2 GHz, Memória Ram DDR4 de 16GB, HD de 1TB, Placa de Vídeo GeForce GTX 1060ti de 8GB, Monitores de 25'' Ultrawide - Todos com acesso a Internet Banda-Larga;
- Um Roteador *Wireless* (Sem Fio) – W 2310;
- Nove Ramais Telefônicos;
- Um Impressora Epson L495 WiFi (Impressora + Copiadora + Scanner);
- Um HD externo Seagate 2TB;
- Um rebatedor de luz.
- Um Smartphone Samsung Galaxy J7 Pro 64GB Completo.

Além dos equipamentos acima descritos será mantido estoque estratégico de tintas para impressora, canetas esferográficas, lápis, borrachas, grampeadores, furadores, papéis para impressão e blocos para anotação e demais materiais de escritório necessários à perfeita execução do objeto do contrato ou os solicitados pela CONTRATANTE.

O Coordenador de Comunicação e o Assessor responsáveis pela Assessoria de Imprensa terão ainda *notebooks* (Macbooks de 16'' Tela Retina com Processador i7 (9ª geração) de seis núcleos e 2,6 GHz, Memória Ram DDR4 de 16GB, Armazenamento de 1TB) com modem para Internet e telefones celulares do tipo *smartphone*, de modo a terem acesso ao clipping diário de

notícias, redigirem textos como notas oficiais, esclarecimentos de emergência, inclusive nos plantões, e realizarem contatos com os jornalistas.

A VFR Serviços de Comunicação Eireli também será responsável pelo custeio do transporte dos profissionais colocados à disposição da CONTRATANTE.

São Paulo, 24 de janeiro de 2020.


M VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA
R.G. nº 22.965.955-X

Experiência da Licitante

A VFR Serviços de Comunicação possui expertise em relacionamento com a mídia, consultoria estratégica, relacionamento na área pública, gerenciamento de crises, comunicação digital, comunicação interna, publicações (produção de conteúdo, fotos e diagramação), produção e edição de vídeos e media training, atuando nos mais diversos segmentos da área de comunicação conforme as necessidades de cada cliente.

A empresa acumula mais de 15 anos no atendimento a clientes de grande porte, como a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo e o Hospital das Clínicas da FMUSP. Contamos com profissionais de comunicação altamente capacitados, com experiência nos maiores e mais importantes veículos de comunicação do país.

A VFR possui larga experiência na elaboração de estratégias de comunicação com a imprensa para situações de crise, seja para superar, seja para evitar danos à imagem dos clientes. Nosso modelo de trabalho já foi testado e aprovado pela Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial).

Cuidar das práticas e processos de comunicação que envolvem o público interno de uma empresa/instituição também é especialidade da VFR. De forma integrada, criamos planejamentos estratégicos para o alinhamento da cultura organizacional para a construção da imagem da empresa de “dentro para fora”. Desenvolvemos e produzimos produtos de alta qualidade como revistas, *newsletters*, jornais e vídeos institucionais.

Marcar presença nas redes sociais digitais é imperativo a todas as empresas e instituições. O trabalho do Núcleo de Mídias Sociais desenvolvido pela VFR Serviços de Comunicação inclui todo o processo de divulgação de informação nas redes sociais, desde a produção do conteúdo, até a estratégia de divulgação e elaboração de relatórios de produtividades.

Faz parte da rotina diária de atividades desse núcleo elaboração e divulgação de conteúdos para portais, elaboração de briefings, de estratégias de divulgação e produção de conteúdos específicos e direcionados para diferente canal de mídia social – Facebook, Twitter, Youtube e Soundcloud – levantamento de informações, divulgações de ações análise e monitoramento de conteúdos e produção de relatórios diários.

Atualmente, a VFR presta serviços para diversas instituições na área de mídias sociais. O Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, maior hospital da América Latina, conta com páginas no Facebook, Twitter e Youtube. O perfil atingiu mais de 30 mil “likes” em menos de dois anos e possui avaliação de mais 90% de aprovação no Facebook. Os vídeos produzidos exclusivamente para o perfil do Youtube do HC já foram vistos mais de 30 mil vezes. Outros clientes de Mídias Sociais da VFR incluem o Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp), a Associação Paulista para Desenvolvimento da Medicina (SPDM) e o Instituto Butantan.

A VFR está preparada para treinar porta-vozes de empresas a se relacionarem com jornalistas de todas as áreas de forma clara e positiva. Possuímos em nosso portfólio consultores de grandes veículos nacionais que estão familiarizados com os diversos formatos e aptos para auxiliar seus representantes no relacionamento com a imprensa.

Os profissionais da VFR realizam o diagnóstico das necessidades do cliente, planejam as estratégias e monitoram sistematicamente os resultados. A empresa tem equipe altamente capacitada de assessores de imprensa, repórteres, redatores, diagramadores e fotógrafos, com experiência tanto em assessoria de comunicação como nos mais importantes veículos de imprensa do país, como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Agência Estado, Globosat, TV Record, entre outros.

Com atuação consolidada na área pública, a VFR dispõe de uma equipe de jornalistas altamente capacitada e com experiência na área governamental, bem como na atuação em grandes e importantes veículos de comunicação do país, conhecendo, portanto, tanto o governo quanto o funcionamento das redações.

A VFR conta com escritório próprio situado no bairro da Aclimação, dotado de computadores, internet banda larga e ramais telefônicos. Ao todo mais de 50 jornalistas e profissionais de comunicação, entre coordenadores de comunicação, coordenadores de imprensa, chefes de pauta, redatores, assessores de imprensa, diagramadores, fotógrafos e designers, atuam nos clientes da VFR.

Diretor-presidente da VFR Serviços de Comunicação, o jornalista e empresário Vanderlei de Oliveira França é formado desde 1996 em Comunicação Social, com habilitação

em Jornalismo, pela Universidade Metodista de São Paulo, possui mais de 20 anos de experiência em jornalismo.

Trabalhou como repórter, redator e editor em veículos como Folha de S. Paulo, Jornal da Tarde, O Estado de S. Paulo e Diário do Grande ABC. Também atuou como chefe de reportagem da “Attachée de Presse Comunicação” por mais de dois anos atendendo contas do Governo do Estado de São Paulo, sendo responsável pela coordenação da equipe de repórteres e assessores e imprensa, além de supervisionar o andamento das pautas para divulgações de ações do governo do Estado de São Paulo.

Vanderlei visita periodicamente os clientes, onde participa de reuniões de planejamento estratégico em comunicação e gestão de crises. Presta consultoria ativa sobre condutas, posturas e linhas de discurso a serem adotadas pelos porta-vozes das instituições junto à mídia. Rotineiramente também se reúne com os coordenadores de comunicação de cada cliente para avaliação do trabalho e mensuração de resultados.

O trabalho liderado pela VFR Comunicação na prestação de Serviços de Assessoria de Imprensa para a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo conquistou seis prêmios Aberje de Comunicação, que existe desde 1967 e reconhece as melhores iniciativas na área de comunicação corporativa em todo o país. Desse total, quatro premiações foram regionais (Estado de São Paulo) e outras duas, nacionais, concorrendo com cases de outros estados.

Em todas as oportunidades os cases de comunicação da Secretaria da Saúde concorreram com instituições de renome nacional e até mesmo internacional, a exemplo da Petrobrás, CPFL Energia, Natura Cosméticos, Walmart Brasil, Fundação Telefônica, BR Foods e Banco Santander, entre outras.

Apresentamos, a seguir, um resumo sobre a atuação da VFR e o atendimento aos seus principais clientes.

1- Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo

A Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (SES-SP) é responsável pela formulação da Política Estadual de Saúde e de suas diretrizes, norteadas pelos princípios do Sistema Único de Saúde (SUS), que tem como propósitos promover a saúde priorizando as ações preventivas e democratizando as informações relevantes para que a população conheça seus direitos e os riscos à sua saúde.

A pasta também é responsável pela articulação e pelo planejamento de ações desenvolvidas pelos 17 Departamentos Regionais de Saúde (DRS) distribuídos pelo Estado.

Além das unidades e órgãos vinculados, a Secretaria possui dez coordenadorias: Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos de Saúde (CCTIES), Controle de Doenças (CCD), Planejamento de Saúde (CPS), Regiões de Saúde (CRS), Serviços de Saúde (CSS), Administração (CGA), Recursos Humanos (CRH), Gestão de Contratos de Serviços de Saúde (CGCSS), Gestão Orçamentária e Financeira (CGOF) e Assistência Farmacêutica (CAF).

Os Departamentos Regionais de Saúde ficam sediados na Grande São Paulo, Baixada Santista, Registro, Sorocaba, Campinas, Piracicaba, São João da Boa Vista, Presidente Prudente, Marília, Bauru, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, São José dos Campos, Araraquara, Araçatuba, Barretos e Franca. Cada DRS é responsável por um conjunto de cidades na região de saúde de sua abrangência.

A Secretaria mantém convênios com centenas de serviços de saúde, de natureza filantrópica ou privada, para atendimento à população. Fabrica medicamentos e os oferta ao SUS do Brasil inteiro por intermédio da Fundação do Remédio Popular. Produz importantes vacinas e soros distribuídos na rede pública brasileira por meio do Instituto Butantan, um dos maiores centros de pesquisa biomédica do mundo. Investiga surtos e epidemias com agilidade por meio de seu Centro de Vigilância Epidemiológica e de seus 28 Grupos de Vigilância regionais espalhados pelo Estado, do mesmo modo que fiscaliza a qualidade dos serviços hospitalares, da produção de alimentos e de medicamentos pela indústria por intermédio de seu Centro de Vigilância Sanitária e de seus igualmente 28 Grupos de Vigilância regionais.

A pasta também contribui de forma inequívoca para a investigação epidemiológica de São Paulo e de outros estados por meio de sua rede de laboratórios do Instituto Adolfo Lutz, e presta

fundamental apoio no controle de vetores por meio da Superintendência de Controle de Endemias (Sucen).

A Secretaria da Saúde possui o maior sistema de regulação de urgências e emergências, bem como de agendamento de consultas e exames, conectado aos municípios, por meio de sua Central de Regulação da Oferta de Serviços de Saúde (Cross).

Por meio da Fundação Pró-Sangue, a pasta garante o abastecimento de hemocomponentes a 130 hospitais da região metropolitana da Grande São Paulo.

A sede da SES-SP se divide em dois edifícios localizados na região do HC-FMUSP, um situado na avenida Doutor Enéas de Carvalho Aguiar, onde fica o Gabinete do Secretário, ao lado do InCor, e outro na avenida Doutor Arnaldo, ao lado do Instituto do Câncer.

O trabalho da VFR na prestação de serviços de Assessoria de Imprensa da Secretaria de Estado da Saúde triplicou a visibilidade da pasta na imprensa nos últimos cinco anos.

Em 2018 (último ano consolidado), 62 mil notícias foram veiculadas nos principais veículos de comunicação do Estado e do Brasil, contra aproximadamente 34 mil em 2013.

Cerca de 90% da presença midiática é classificada como positiva, o que evidencia o êxito do planejamento estratégico da comunicação, que é totalmente alinhada com o gabinete da Secretaria e posiciona-se efetivamente como ferramenta de gestão.

A atuação proativa é desenvolvida a partir de reuniões de pauta semanais, com busca ativa de estudos, serviços diferenciados e personagens. As principais notícias positivas, como serviços ou balanços inéditos que destacam resultados do trabalho desempenhado pela pasta, são sugeridas como agenda para o governador. Os eventos são organizados previamente, com aviso de pauta e convite para os principais veículos da área de cobertura, assegurando-se a visibilidade da Secretaria da Saúde e do Governo do Estado.

No início de 2019, diante do aumento de casos de dengue e detecção da circulação do tipo 2 no Estado, a Secretaria, com apoio da VFR, tem acompanhado videoconferências e iniciou um plano de ação e de comunicação para o mês de fevereiro, de porte intersecretarial.

O destaque do mês foi a elaboração e execução do Plano Estadual para enfrentamento do mosquito *Aedes Aegypti*, com ações integradas entre as Secretarias da Saúde, Educação, Infraestrutura e Meio Ambiente, Defesa Civil, Artesp (Agência de Transporte do Estado de SP), além de apoio das prefeituras e da população paulista.

Entre os dias 11 e 16 de fevereiro foi realizada uma Semana Especial, em parceria com os municípios, com ações coletivas como arrastões, limpezas e eliminação de criadouros, além de distribuição de materiais informativos para a população. Houve ampla cobertura da imprensa, principalmente no interior de São Paulo. A Semana foi lançada simultaneamente em São José do Rio Preto e Andradina.

Foram organizadas coletivas de imprensa e entrevistas com o Secretário Executivo de Estado da Saúde e representantes da concessionária Rodovias do Tietê, que participaram do 'Dia D' de combate ao Aedes Aegypti em estradas paulistas, numa ação na Marechal Rondon. Grande divulgação foi feita para a ação emergencial e sem precedentes da SES para vacinar contra sarampo 10 mil passageiros do navio MSC Seaview que atracou em Santos com casos da doença. As matérias abordaram a ação feita dentro do navio e a importância da imunização na cidade de Santos. O programa Bem Estar e Jornal Hoje (TV Globo), Jornal da Record e Jornal da Band, além de veículos da região da Baixada Santista, veicularam entrevista com infectologista do Centro de Vigilância Epidemiológica.

O destaque foi a ampla cobertura sobre o massacre na Escola Estadual Raul Brasil, em Suzano. As informações foram apuradas imediatamente pela assessoria com a equipe do Grupo de Resgate (Grau), com o início imediato de um plano de gerenciamento de crise, com alinhamento e monitoramento ininterrupto das informações sobre o atendimento às vítimas nos hospitais, evitando assim divulgações com erros. As atualizações foram centralizadas pela Assessoria de Imprensa da Saúde e alinhadas com a Secretaria de Comunicação, criando um fluxo que integrou os hospitais e a sede da pasta. Também foi alinhada matéria especial com especialista do HC-FMUSP, com a TV Globo e SBT, sobre o plano de atendimento acionado pelo Hospital das Clínicas para a situação.

O programa inédito "Corujão da Saúde" foi expandido para serviços privados do Vale do Paraíba, Campinas e Grande São Paulo, o que gerou repercussão em veículos da capital e interior de SP. As matérias abordaram o número de exames que serão realizados e o objetivo de diminuir a fila de espera. Houve coletiva de imprensa e entrevistas com o Governador do Estado de São Paulo, João Doria, e o Secretário de Estado da Saúde, José Henrique Germann Ferreira, em evento realizado no Hospital Sírio Libanês, um dos parceiros do programa na capital.

Um dos maiores destaques do mês foi o gerenciamento de crise após a divulgação do Ministério da Saúde a respeito da liberação de medicamentos de Hepatite C próximos ao vencimento. A assessoria de imprensa alinhou junto ao Gabinete a estratégia para recebimento dos medicamentos e preparou respostas para imprensa mostrando o empenho da pasta para atender o maior número possível de pacientes.

Estratégia semelhante foi usada para pautas sobre a demora na entrega de medicamentos do Ministério para Esclerose Múltipla. Os posicionamentos focaram no planejamento de solicitações do medicamento e diálogos com a nova gestão federal visando à solução do problema.

Por conta do verão e da elevação da incidência de acidentes com escorpiões, foram organizadas entrevistas com fontes do Instituto Butantan para orientações, cuidados e tratamento de picadas destes animais peçonhentos. Reportagem de destaque foi exibida no Fantástico, da TV Globo, além de conteúdos em veículos de imprensa regionais.

Ainda nesse tema, houve ampla repercussão sobre o curso inédito sobre manejo de escorpiões realizado pelo Butantan para os agentes de saúde municipais. A pesquisadora do Instituto deu entrevista ao vivo ao jornal SP 1 da Globo, destacando o pioneirismo nesse treinamento e alertando a população sobre os cuidados de prevenção quanto a esses animais. Estratégia similar foi adotada para demandas referentes à poliomielite (paralisia infantil), em 2018. O Programa Nacional de Imunizações (PNI), do Ministério da Saúde, divulgou balanços que indicavam baixa cobertura vacinal contra a doença. Foi viabilizado porta-voz para enfatizar a importância da vacinação e, também, para esclarecer que os dados do PNI estavam defasados devido a problemas técnicos no sistema do governo federal.

As medidas de monitoramento e prevenção de sarampo também tiveram destaque neste mês. A pasta fez divulgações de orientação aos viajantes, para que tomassem a vacina pelo menos 15 dias antes de viajar para a final da Copa do Mundo ou outros locais que com risco de contágio. Através de notas informativas e entrevistas através de porta-vozes Coordenadoria de Controle de Doenças e Centro de Vigilância Epidemiológica, a Secretaria de Estado da Saúde também pôde tranquilizar a população paulista acerca dos casos de sarampo que tem acontecido no Brasil e da situação do Estado de São Paulo, que não registra casos autóctones desde o ano 2000.

Ainda sobre imunização, a assessoria continuou atuando para sensibilizar e orientar jornalistas quanto às matérias sobre balanços de febre amarela no Estado. No mês de agosto, como estratégia para prevenir uma crise e um tom alarmista, foi preparado material com maior foco para a região do Vale do Paraíba, devido à identificação de oito macacos mortos na Unidade de Conservação do Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Caraguatatuba. A área continuou aberta à visitação e a população foi orientada a tomar a vacina pelo menos dez dias antes de frequentar o local através dos veículos de imprensa e faixas fixadas em pontos estratégicos do parque.

Ainda sobre a febre amarela, ações com alcance regional foram trabalhadas pontualmente, com releases e entrevistas sobre a criação de um posto volante de vacinação instalado no km 19 da rodovia Tamoios, nos dias 14 e 15, para imunizar viajantes a destino do Litoral Norte. A ação foi fruto de parceria entre as Secretarias de Estado da Saúde, de Lógica e Transportes e da Concessionária Tamoios, e divulgada após alinhamento com as respectivas assessorias.

Cases da Secretaria de Estado da Saúde de SP

O avanço da febre amarela no Estado (2018)

A febre amarela é uma doença infecciosa causada por um vírus do gênero *flavivírus*, de gravidade variável, mas que pode levar à morte. É transmitida pela picada de mosquitos transmissores infectados.

Os principais sintomas são febre, dor de cabeça, calafrios, náuseas, vômito, dores no corpo, icterícia (pele e olhos amarelados) e hemorragias nas gengivas, nariz, estômago, intestino e urina. Há vacina contra a doença, disponibilizada pelo SUS (Sistema Único de Saúde) na rede pública. No Brasil não há casos de febre amarela urbana, transmitida nas cidades, desde 1942. O Estado de São Paulo começa a se deparar com a reinserção do vírus da febre amarela silvestre a partir de 2016, quando primatas não humanos (macacos) foram encontrados doentes ou

mortos em áreas de mata em Bady Bassit, cidade localizada na região de São José do Rio Preto, onde semanas depois, também foram confirmadas as mortes de duas pessoas devido à doença.

Nesse primeiro contexto, a assessoria de comunicação, munida de informações e definições do Centro de Vigilância Epidemiológica (CVE) estadual, organiza as estratégias essenciais: divulgar a necessidade de vacinação contra a doença como forma máxima de prevenção. O desafio envolvia não apenas sensibilizar - sem alarde - a população por meio da imprensa, mas também explicar aspectos técnicos da doença, como a diferença entre o tipo silvestre e urbano da febre amarela, a dinâmica de monitoramento de mosquitos e macacos e diagnósticos de circulação do vírus.

O foco no serviço de vacinação, com porta-vozes explicando todos os cuidados da pasta, resultou numa estratégia de comunicação assertiva, que inclusive contribuiu para melhoria de coberturas vacinais na região.

A partir de 2017, o cenário passa a ganhar mais complexidade. O vírus avança pelo Estado, rumo às áreas metropolitanas. Em abril daquele ano, chega a cidades da região de Campinas, e novamente há divulgação intensa e focada na imprensa regional para orientações sobre a imunização.

A expertise desenvolvida em caráter descentralizado, até então, precisa crescer em complexidade magnitude a partir de outubro de 2017. No dia 20 daquele mês, resultados laboratoriais comprovam a positividade de febre amarela num bugio encontrado morto no Horto Florestal, localizado na zona Norte da capital. Na mesma tarde, a decisão sobre o fechamento do parque público e início de uma campanha de vacinação de moradores do bairro é articulada entre as áreas técnicas e as coordenações de Comunicação das Secretarias de Estado da Saúde e do Verde e Meio Ambiente (denominação da pasta na ocasião), bem como das pastas homônimas na esfera municipal.

A assessoria de imprensa da Saúde estadual, conduzida pela VFR Comunicação, foi responsável por produzir o release e dialogar com os jornalistas para que a mensagem certa fosse passada à população. No início daquela noite, a notícia foi dada em 1ª mão pelo telejornal SP2, da TV Globo, com o tom necessário: não há motivo para pânico e é fundamental se vacinar. No sábado, a assessoria permaneceu ao lado dos porta-vozes no posto de saúde ao lado

do Horto, atendendo todos os veículos que cobriram o início da campanha de vacinação na capital.

Na segunda-feira (22), uma coletiva intersecretarial foi organizada em frente ao Horto Florestal, com os Secretários, diretores e equipes das pastas, para esclarecimentos sobre essa providência inédita, com a rápida articulação entre Estado e município para vacinação. Repórteres dos maiores veículos de SP estiveram presentes e suas dúvidas foram individualmente sanadas.

Ainda naquele ano, outros parques foram fechados na capital devido aos óbitos entre macacos, como o Zoológico e o Simba Safari.

A Comunicação da Saúde produziu faixas para fixar nas entradas de todos esses locais, com a mensagem de que o fechamento era uma medida temporária para ações de prevenção de saúde.

Após dezembro de 2017, a crise ganha mais densidade, com a confirmação do primeiro óbito humano pela doença, em Nazaré Paulista. A partir desse momento, os números de casos e mortes começam a surgir e crescer vertiginosamente. A decisão da assessoria de imprensa da Saúde foi seguir conduzindo o tema com total transparência na publicação de dados referentes às vítimas, reforçando a necessidade da imunização para evitar novas vítimas.

Era necessário dialogar extensivamente com cada jornalista para sensibilizá-los a tornarem-se aliados na tarefa de proteger as pessoas, sem alarmismos. E isso se materializava em cada reportagem, sempre com entrevistas com fontes da Secretaria. Uma medida diferenciada da coordenação da Comunicação contribuiu para isso: na primeira semana de fevereiro de 2018, a coordenação da Comunicação da Secretaria organizou um café da manhã com repórteres e editores das principais emissoras, jornais, portais e rádios do Estado, com a presença do Secretário de Estado da Saúde, coordenador de Controle de Doenças (CCD), diretora do Centro de Vigilância Epidemiológica (CVE) e diretora de Imunização, para um “bate-papo” minucioso sobre todos os fluxos, processos, critérios e detalhes que envolviam o tema. A finalidade era aproximar cada jornalista o máximo possível da pasta e que pudessem dominar aspectos técnicos do trabalho, de forma a abordar o assunto com mais propriedade e responsabilidade, como aliados nessa tarefa de zelar pela saúde pública.

Mesmo com todo esforço conjunto, a população dava sinais de medo, efeito do número de mortes em locais como Mairiporã, que concentrou a maior parte dos casos e óbitos da doença. O Globocop, helicóptero da emissora, exibia filas quilométricas nos postos de saúde, e relatos de pessoas que entravam mais de uma vez na fila acreditando que estariam ainda mais protegidas. De forma a conter e reduzir o frenesi, a assessoria de imprensa decide mostrar o outro extremo: de que a vacina também poderia matar se aplicada indevidamente, com balanço de cerca de dez casos de reação adversa grave e óbito em virtude da imunização. A notícia foi dada com exclusividade pelo Jornal Nacional, da TV Globo, em matéria especial com participação de porta-voz da pasta, contribuindo para minimizar as aglomerações em postos e combater as “fake News” sobre o tema.

Entrevistas coletivas e individualizadas (diariamente, incluindo finais de semana) para todo e qualquer jornalista, notas semanais com atualização de balanços de casos e mortes, reportagens especiais com equipes de imprensa acompanhando agentes da Vigilância Epidemiológica em campo na captura de mosquitos e macacos, bem como análises laboratoriais no Instituto Adolfo Lutz, e outras experiências, compõem o arcabouço da parte prática da assessoria que dá forma a este case.

A transparência na informação, a agilidade nos processos comunicacionais, a capacidade de mobilização da assessoria de imprensa e o discurso focado na prevenção se mantiveram no decorrer de toda a epidemia, posicionando a Comunicação Institucional como um ferramenta efetiva de gestão, que contribuiu com a missão da Secretaria de Estado da Saúde de superar a cobertura vacinal de 90% da população e, assim, salvar muitas vidas.

Programa de Combate ao Álcool na Infância e Juventude (2011)

Uma das principais bandeiras da gestão da Secretaria da Saúde paulista iniciada em 1º de janeiro de 2011 foi justamente o combate ao álcool na infância e adolescência. Um assunto espinhoso, especialmente sob o ponto de vista de comunicação e relacionamento com a imprensa, uma vez que, sabidamente, a indústria do álcool é voraz anunciante dos principais veículos de comunicação do Brasil.

O principal desafio do programa era lidar com um tema de saúde pública que, normalmente, não traz preocupação expressiva às famílias brasileiras. O álcool é tolerado socialmente, e há pais que incentivam seus filhos, ainda jovens, a experimentarem bebidas alcoólicas.

Havia a discussão, no governo, de um projeto de lei que iria endurecer o oferecimento de bebidas alcoólicas a menores de idade, com punição direta aos estabelecimentos que vendessem ou permitissem o consumo de álcool por adolescentes em seu interior, mesmo que acompanhados por pais ou responsáveis.

Um dos principais “produtos” do programa, a “Lei Antiálcool para menores”, previu multas e até possibilidade de interdição e perda de inscrição no cadastro do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) dos estabelecimentos infratores. O governo endureceu a lei, prevendo sanções administrativas além das penais já previstas pelo ECA e pela Lei de Contravenções Penais.

O programa paulista, entretanto, era muito maior do que a nova lei, envolvendo, além da Saúde, as secretarias de Estado da Justiça, Educação e Casa Civil, entre outras. O novo programa previu, além da legislação, ações de prevenção ao álcool em escolas estaduais e ampliação de leitos para internação de dependentes químicos pelo Estado, entre outras ações.

A preocupação central da VFR Serviços de Comunicação, tendo em vista que o Programa Estadual de Combate ao Álcool na Infância e Juventude seria uma das principais bandeiras da pasta, foi procurar manter o tema “álcool” em visibilidade nos principais veículos de comunicação pelo maior tempo possível, mesmo antes do lançamento oficial da iniciativa, programado para agosto de 2011. Logo na cerimônia de posse do novo secretário da Saúde, a assessoria distribuiu nota à imprensa informando que o combate ao álcool seria uma das prioridades da gestão.

Uma série de visitas do secretário a jornalistas dos principais veículos de comunicação foi programada, com objetivo principal de colocar a preocupação com a ingestão precoce de bebidas alcoólicas por adolescentes. Entre fevereiro e julho de 2011 foram realizadas visitas à Folha de S. Paulo (Otávio Frias Filho e Mônica Bergamo), TV Globo, Estadão, Rádio Jovem Pan, Rádio Bandeirantes, Rádio BandNews e Rádio Estadão/ESPN, entre outras, além de veículos do interior e litoral do Estado.

A VFR, em parceria com a Subsecretaria de Comunicação da Casa Civil, concentrou-se no levantamento de informações e produção de sugestões de pautas e de artigos que suscitassem o debate em torno do consumo de álcool por menores, obtendo espaços sobre o tema na imprensa.

Uma outra ação planejada antes do lançamento oficial do novo programa foi antecipar, a dois dos principais jornais do país, parte das ações que seriam anunciadas meses depois, criando, assim, expectativa em torno do assunto.

Em 7 de fevereiro de 2011, o jornal O Estado de S. Paulo trouxe extensa reportagem intitulada “Dos jovens viciados em álcool, 40% começaram a beber antes dos 11 anos”, produzida com base em sugestão de pauta da Assessoria de Imprensa da Secretaria por intermédio da VFR. A sub (texto menor) da matéria foi “Secretaria fará campanha educativa e blitz em SP”, destacando algumas iniciativas do programa, ainda não anunciado.

A Folha de S. Paulo também estampou em sua primeira página matéria que antecipava partes da ação do governo paulista em torno do combate ao álcool na infância e juventude. As informações foram dadas “em off” à jornalista Talita Bedinelli, e resultaram na matéria “Alckmin fecha cerco contra venda de bebida a menor de 18”, publicada em 17 abril de 2011. A VFR também legitimou suas pautas junto a especialistas em álcool e drogas, que foram porta-vozes diretos ou indiretos da pasta junto à imprensa, como a então diretora do CRATOD (Centro de Referência em Álcool, Tabaco e outras Drogas), Marta Vaz, a coordenadora do programa de Saúde do Adolescente da Secretaria, Albertina Duarte Takiuti, e o psiquiatra Ronaldo Laranjeira, da Unifesp.

A VFR Comunicação, com o imprescindível apoio e supervisão da Subsecretaria de Comunicação da Casa Civil, programou uma série de eventos para potencializar a cobertura de imprensa em relação ao programa. No dia 1º de agosto de 2011 foi realizado, no Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (ICESP), o anúncio do programa e o envio do projeto de lei à Assembleia Legislativa. A coletiva foi precedida por entrevistas do secretário da Saúde no Estadão e na Folha de S. Paulo, publicadas no dia do lançamento do programa, além de um ao vivo com secretário para o Bom Dia São Paulo, da TV Globo.

Um novo evento, de sanção da lei, foi realizado em 19 de outubro no CRATOD. Um press-kit foi distribuído aos jornalistas, contendo, além das novas restrições previstas na

legislação, informações sobre o funcionamento da fiscalização, canais de denúncia de estabelecimentos infratores, sanções previstas, programa de prevenção ao álcool nas escolas estaduais, ampliação do número de leitos para tratamento de dependentes em álcool no Estado.

Três dias antes do início da fiscalização com multas, foi realizado evento de confraternização dos agentes que iriam inspecionar os estabelecimentos. Já em 18 de novembro uma última blitz pedagógica da Vigilância Sanitária Estadual, foi programada, na capital paulista, com ampla cobertura de imprensa. Entrevistas de representantes das vigilâncias sanitárias regionais com as principais emissoras de TV e jornais locais de todo o Estado foram intermediadas pela assessoria.

Todos os principais veículos de comunicação foram chamados, e compareceram, para o início da fiscalização com multas, previsto para a zero hora do dia 19 de novembro, a região da Rua Augusta, tradicional reduto de bares e casas noturnas. Ainda durante a madrugada, a VFRComunicação entrou em contato com rádios e sites da capital para informar sobre a primeira multa aplicada por descumprimento à nova legislação.

Em 20 de novembro (sábado), primeiro dia de vigência da lei, um plantão de assessoria de imprensa foi mantido para divulgação em que divulgou boletim preliminar sobre a ação na madrugada e intermediou entrevistas com porta-vozes. Um balanço do primeiro final de semana da legislação foi divulgado na segunda-feira seguinte. Também foram divulgados balanços dos primeiros 15 dias de fiscalização, do primeiro mês e do segundo mês. Além disso, a VFR sugeriu, organizou e divulgou à imprensa ações especiais de fiscalização da nova lei no período de festas (Natal e Ano Novo de 2012), especialmente em cidades do litoral paulista, e ao longo do Carnaval de 2012. Em parceria com a Secretaria de Educação, foi realizado evento de lançamento do programa específico de prevenção ao consumo de álcool em escolas da rede estadual.

Outra ação de Assessoria de Imprensa adotada foi “vazar” a veículos de comunicação, incluindo colunas sociais os nomes de estabelecimentos famosos flagrados pela fiscalização descumprindo a lei e vendendo bebidas alcoólicas e menores. Um artigo sobre os cinco meses da nova legislação, assinado pelo secretário da Saúde, foi publicado na Folha de S. Paulo em maio de 2012 e encaminhado a outros jornais do Estado.

O programa paulista de combate ao álcool na infância e adolescência obteve, ao longo de 2011 e 2012, cerca de 2,5 mil matérias na imprensa paulista e nacional. Todos os telejornais da TV Globo, emissora de maior audiência do país, produziram reportagens a respeito do tema. No Jornal Nacional foram no mínimo três, relacionadas à iniciativa do governo. Todas as principais emissoras de TV aberta, da capital, interior e litoral do Estado deram espaços ao tema em seus telejornais. Além disso, houve matérias na Folha de S. Paulo, Estadão, Jornal da Tarde, Diário de São Paulo, Valor Econômico, Brasil Econômico, O Globo, Correio Braziliense, revista Veja, revista São Paulo (Folha de S. Paulo), G1, Folha.com, Terra, IG, R7, Uol, Bol, Portal Estadão, Agência Estado, rádios Jovem Pan, Estadão/ESPN, BandNews, Capital, Globo, CBN e Bandeirantes, além de veículos do interior.

Mais de 99% das inserções “espontâneas” na mídia da Lei Antiálcool foram avaliadas como positivas pela BoxNet, empresa de clipping contratada pelo governo do Estado. A Lei Antiálcool completou em maio de 2012 seis meses de vigência com índice de cumprimento de 99,4% dos 165 mil estabelecimentos vistoriados.

Em razão do programa paulista e de sua visibilidade na imprensa, a Ambev lançou ampla campanha publicitária sobre consumo responsável e anunciou, em parceria com o Grupo Pão de Açúcar, a instalação de um software nos caixas das lojas de supermercados que somente liberava a compra de bebidas alcoólicas mediante senha, após apresentação do RG do consumidor.

A visibilidade do programa paulista de combate ao álcool na infância e adolescência e, em especial, da Lei Antiálcool para menores, foi fruto quase exclusivo do trabalho de relacionamento com a imprensa realizado desde janeiro de 2011, com vistas ao lançamento da iniciativa. Esta constatação decorre de três fatores principais: diferentemente do ocorrido com a Lei Antifumo, três anos antes, o investimento em publicidade promovido pelo governo do Estado foi tímido. Além disso, não houve nenhuma polêmica. As entidades representativas da indústria e do comércio de bebidas alcoólicas se posicionaram publicamente de forma favorável ao programa e à lei.

Foi acertada a estratégia da VFR de iniciar a divulgação de sugestões de pautas e artigos sobre o tema oito meses antes do anúncio do programa. O assunto ficou “vivo” na memória dos jornalistas, sobretudo daqueles que cobrem a área da saúde, e assim a assessoria conseguiu

sensibilizar e mobilizar a imprensa para a cobertura de um delicado tema de prevenção e promoção da saúde pública.

Do mesmo modo, a sucessão de eventos sobre o tema (anúncio do programa, sanção da lei, confraternização dos agentes, última blitz educativa, início da fiscalização, balanço da primeira madrugada, balanço do primeiro final de semana, ação de prevenção em escolas estaduais, balanço do primeiro e segundo mês) agendados pela assessoria de imprensa, a disponibilização de porta-vozes da pasta para entrevistas a todo o tempo e a chancela de especialistas em dependência química contribuíram para o sucesso da divulgação.

A pandemia de gripe H1N1 em São Paulo (2009)

Em abril de 2009, um novo subtipo do vírus da gripe, denominado A H1N1, foi identificado em espécimes clínicos obtidos de dois pacientes dos Estados Unidos. O mesmo tipo de vírus foi identificado no México e no Canadá, e se espalhou globalmente, transformando-se na primeira pandemia (epidemia de proporções mundiais) de Influenza do século 21.

Como toda doença nova, a gripe “suína”, como ficou popularmente conhecida, colocou em alerta a comunidade médica, a Organização Mundial de Saúde, as autoridades de saúde de todos os principais países e a própria população. Tratava-se da mutação de um vírus novo, de fácil transmissão, e para o qual ainda não havia vacina disponível no mundo. Logo começaram a ser noticiados, no Brasil, os primeiros casos e mortes relativos à nova gripe, causando grande preocupação entre a população. Em pouco tempo já era possível observar, nos aeroportos internacionais como de Guarulhos, em São Paulo, pessoas utilizando máscaras razão do medo de contrair a doença.

Em qualquer situação de epidemia, cabe ao Ministério da Saúde a definição de diretrizes e protocolos para o manejo clínico dos casos, notificação, tratamentos e vigilância epidemiológica. Em tese, toda a coordenação fica em Brasília.

No entanto, pela enorme quantidade de passageiros que embarcam e desembarcam no aeroporto internacional de Guarulhos, pela capilaridade da rede de atendimento médico-hospitalar de São Paulo, pelo fato de o Estado ser referência nacional na realização de testes

laboratoriais para Influenza e ter o maior hospital de infectologia do país (Instituto Emílio Ribas), além do maior número de habitantes entre todos os estados, era natural que boa parte da cobertura de imprensa se concentrasse em São Paulo, como realmente ocorreu. Além disso, boa parte da grande imprensa nacional está sediada em São Paulo.

Desde os primeiros relatos de casos da gripe A H1N1 na América do Norte, a VFR Comunicação se preocupou em executar um plano de comunicação que auxiliasse a esclarecer a população sobre a doença, evitasse o pânico e demonstrasse a pró-atividade do governo do Estado no trabalho de controle, atendimento dos casos suspeitos e vigilância epidemiológica. A VFR Comunicação, em parceria com a Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Estado da Saúde e em consonância com as recomendações da Organização Mundial de Saúde, elaborou, em março de 2009, antes dos primeiros relatos de casos da gripe A H1N1 no mundo, um plano de comunicação para situações de pandemia.

O documento contemplava boa parte das ações que começariam a ser colocadas em práticas algumas semanas depois, antes mesmo do primeiro caso importado da doença chegar ao Estado de São Paulo.

A VFR e a Secretaria definiram a formação de um Comitê de Crise exclusivo para a coordenação das ações de comunicação ligadas à pandemia da nova gripe. O órgão foi composto por representantes do Gabinete do Secretário, Coordenadoria de Controle de Doenças, Centro de Vigilância Epidemiológica, Instituto Adolfo Lutz, Instituto Emílio Ribas, VFR Comunicação Assessoria de Comunicação Social da pasta. As reuniões deveriam acontecer, no mínimo, uma vez por semana.

A primeira deliberação em relação ao relacionamento com a imprensa foi fundamental para nortear as demais ações de comunicação: somente seriam porta-vozes oficiais da Secretaria para demandas relacionadas à pandemia de gripe o então secretário da Saúde, Luiz Roberto Barradas Barata, a coordenadora de Controle de Doenças, Clélia Aranda, e o diretor do Instituto Emílio Ribas, David Uip. A diretora do Instituto Adolfo Lutz, Marta Salomão, seria acionada em assuntos relacionados à virologia.

A centralização das entrevistas em apenas três porta-vozes ajudaria a unificar a mensagem do governo em relação à doença e evitar que outras pessoas falassem em nome da

Secretaria, emitindo opiniões que não estivessem em conformidade com o entendimento do comitê de crise ou com a autoridade sanitária nacional.

Outro ponto fundamental definido pelo comitê: deveria haver estreita sintonia com o Ministério da Saúde para a divulgação do número de casos e óbitos da nova gripe, de modo a evitar eventuais divergências de informação. Além disso, foi estabelecido que os representantes do comitê, assim como toda a equipe integrante da Assessoria de Comunicação Social e da VFR Comunicação, estariam de prontidão 24 horas, com celulares e e-mails ativos, para o caso de qualquer emergência.

Antes mesmo do primeiro caso de gripe A H1N1 ser confirmado no Estado de São Paulo, a Assessoria de Imprensa da Secretaria, por intermédio da VFR Comunicação, divulgou nota à imprensa para informar sobre o Plano de Contingência preparado pela pasta para enfrentar a doença, com uma reserva de leitos em hospitais, estratégias de vigilância e monitoramento laboratorial dos vírus de Influenza circulantes.

Os dois primeiros casos importados da doença e identificados em São Paulo ocorreram no dia 7 de maio de 2009. A confirmação laboratorial ocorreu no final da tarde. Imediatamente a VFR convocou uma coletiva de imprensa para relatar o fato.

Além do secretário da Saúde, por sugestão da VFR ao Palácio dos Bandeirantes o então governador José Serra esteve presente na coletiva, com objetivo de levar uma mensagem de tranquilidade e controle da situação pelo poder público, reforçando a necessidade de a população redobrar os cuidados com a higiene para enfrentar uma doença sem vacina até aquele momento.

Foi sugerido, ao SPTV 1ª edição, da TV Globo, uma entrevista ao vivo da coordenadora de Controle de Doenças da Secretaria no telejornal do dia seguinte, visando prestar os esclarecimentos necessários sobre a doença.

A partir de então, a divulgação de novos casos confirmados passou a acontecer sempre em sintonia com o boletim do Ministério da Saúde. Durante aproximadamente um mês não houve nenhum caso autóctone, ou seja, com transmissão local.

Conforme estabelecido no planejamento estratégico, a VFR, em acordo com os demais representantes do comitê de crise, passou a indicar o contato do infectologista David Uip para conceder todas as principais entrevistas técnicas aos veículos de comunicação sobre o

comportamento e a transmissão do vírus, bem como nas demandas em que, sabia-se de antemão, as ações do poder público seriam questionadas.

O entendimento foi que um médico de renome e credibilidade, diretor de um hospital referência em infectologia e vestindo jaleco branco conseguiria, ao mesmo tempo, tranquilizar a população, prestar serviço sobre medidas de prevenção e dar o devido respaldo às iniciativas governamentais que eram postas em prática. Além disso, caberia a ele ressaltar que a gripe A H1N1 tinha índice de mortalidade igual ao da gripe sazonal, e que, portanto, não havia motivo para alarde.

A VFR sugeriu, com sucesso, que o secretário da Saúde fosse ao programa Roda Viva, da TV Cultura, falar sobre a nova gripe.

Pouco mais de um mês após a confirmação do primeiro caso, a VFR convocou nova coletiva de imprensa para anunciar o isolamento e o sequenciamento genético do vírus A H1N1 pelo Instituto Adolfo Lutz, órgão da Secretaria. O objetivo foi demonstrar que São Paulo estava fazendo sua parte e colocando todo o seu grupo de profissionais de saúde em campo para lidar com a pandemia.

Com a imensa repercussão obtida por intermédio deste anúncio, e diante das inúmeras demandas de imprensa, que quase que diariamente “batiam à porta” da Secretaria em São Paulo questionando sobre novas medidas, a pasta passou a tomar a dianteira de todas as principais ações adotadas no plano federal em relação ao controle e tratamento dos casos suspeitos. São Paulo foi pioneiro, por exemplo, no estabelecimento de parceria com hospitais e laboratórios privados para o atendimento de casos suspeitos a pacientes com convênio ou seguro de saúde. Mais uma vez a imprensa foi chamada para o anúncio, com intensa cobertura, o que contribuiu para que, poucos dias depois, o Ministério da Saúde anunciasse a descentralização do atendimento de pacientes suspeitos e novo protocolo clínico para o manejo de casos.

A confirmação de que o país tinha transmissão do vírus A H1N1 veio no dia 10 de julho de 2009, com a primeira morte no Estado de São Paulo, de uma garota 11 anos, residente na região metropolitana, que não tinha viajado para o exterior. O resultado laboratorial saiu um dia antes, feriado no Estado, mas como ela não tinha histórico de viagem, uma contraprova foi solicitada, e a confirmação veio no final da noite.

Imediatamente o comitê de crise da Secretaria foi mobilizado, e uma coletiva de imprensa foi convocada para a manhã do dia seguinte, com a presença de 50 jornalistas, o secretário da Saúde, a coordenadora de Controle de Doenças e todo o staff da pasta mobilizado. O objetivo principal era dar total transparência ao episódio.

Também partiu da Secretaria, por intermédio do trabalho de Assessoria de Imprensa prestado pela VFR, a iniciativa de anunciar por intermédio da Imprensa a recomendação para que escolas públicas e particulares adiassem a volta às aulas por pelo menos 15 dias, para que o período de frio mais intenso pudesse passar, o que contribuiria para evitar a transmissão do vírus entre escolares. A avaliação foi a de que o “efeito psicológico” da prorrogação revertesse em favor da Secretaria, com ganho de imagem na proteção das crianças.

Ao longo do período de transmissão intensa de casos e de óbitos pela nova gripe, a VFR sugeriu artigos assinados do diretor do Emílio Ribas e da coordenadora de Controle de Doenças da Secretaria aos principais jornais, e atendeu prontamente aos pedidos de artigos feitos pela imprensa com o objetivo de tranquilizar e orientar as pessoas.

A VFR também agiu rapidamente e pautou a imprensa nacional via SPTV 1ª edição, da TV Globo, ao anunciar uma medida definida horas antes, no mês de agosto, que recomendava aos estabelecimentos de ensino e instituições de saúde deslocar as gestantes de atividades que implicassem contato direto com a população. A iniciativa teve como meta evitar um aumento da transmissão da nova gripe entre as grávidas, grupo populacional que estava registrando mortalidade pela doença acima da média.

Em outubro, a VFR, com base nos dados reunidos pela Vigilância Epidemiológica e pelo Comitê de Crise, trabalhou na divulgação de nota estratégica para anunciar que a doença estava perdendo força, o que de fato era real, embora houvesse dúvida entre alguns técnicos. A mensuração do trabalho diuturno de gestão de crise no período da pandemia de gripe A H1N1, em parceria com o comitê de crise da Secretaria, é altamente positiva. Das notícias divulgadas sobre o tema em São Paulo, 95% foram avaliadas como favoráveis à pasta.

Grande parte da cobertura foi centrada em São Paulo, a partir de iniciativas adotadas pela Secretaria, fazendo com que ações locais tivessem repercussão nacional.

O diretor do Instituto Emílio Ribas esteve por mais de uma vez nas bancadas do Jornal Nacional e Jornal Hoje, da TV Globo, esclarecendo sobre a doença e defendendo o trabalho de São Paulo.

A grande maioria dos editoriais publicados pela imprensa formadora de opinião enalteceu as iniciativas da Secretaria, como a prorrogação da volta às aulas e a parceria com os hospitais particulares para atender à população.

O Fantástico, da TV Globo, exibiu reportagem de 10 minutos sobre o trabalho realizado no Instituto Adolfo Lutz e o passo a passo da análise laboratorial de casos suspeitos. A então diretora do Adolfo Lutz, Marta Salomão, foi eleita pela Revista Época como uma das 100 personalidades do ano de 2009, em reconhecimento ao isolamento e sequenciamento genético do vírus da nova gripe, realizado com pioneirismo na América Latina.

Em São Paulo, a Secretaria virou referência para a imprensa em qualquer demanda relativa à pandemia de gripe, e a opinião dos porta-vozes da pasta ganhou credibilidade entre os jornalistas e a população.

Transparência, rapidez, proatividade formaram a tríade que permitiu o sucesso da Secretaria de Estado da Saúde no trabalho de gerenciamento de crise deflagrado pela VFR a partir da primeira pandemia de gripe do século 21.

Apesar dos 559 óbitos registrados no Estado de São Paulo, foi possível demonstrar que a doença não tinha alta letalidade, que era possível prevenir sem pânico e que a Secretaria estava agindo de forma a garantir o adequado atendimento aos pacientes suspeitos.

A definição de apenas três porta-vozes principais, com o secretário concedendo entrevistas apenas nos momentos considerados essenciais e os dois outros profissionais, técnicos em saúde, na linha de frente, ajudou a dar credibilidade às ações da pasta diante da população. Igualmente importante foi o timing para anunciar medidas contundentes, para demonstrar que o governo paulista estava atento ao problema e em busca de alternativas.

2- Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP

O Hospital das Clínicas da FMUSP é o maior complexo hospitalar da América Latina, por onde passam diariamente cerca de 20.000 pessoas, entre médicos, funcionários, pacientes e

acompanhantes. O hospital possui aproximadamente 2.400 leitos em seus oito institutos, como o Incor, o Instituto Central, Instituto da Criança, Instituto do Câncer e o Instituto de Ortopedia e Traumatologia, além de seus dois hospitais auxiliares. São realizadas mais de 4.000 cirurgias, 1 milhão de exames e 140 mil consultas por mês em suas unidades.

Desde maio de 2011, a VFR é responsável pela comunicação de todo o complexo com a imprensa, com atenção especial aos órgãos diretivos: Superintendência, Diretoria Clínica e Diretoria da Faculdade de Medicina da USP.

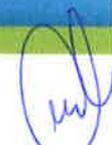
Por ser a principal referência para casos muito graves em todo o Sistema Único de Saúde, o HC é um caso bastante específico no que diz respeito à assessoria de imprensa. Ao mesmo tempo em que reúne os maiores nomes da medicina nacional, com tratamentos e pesquisas pioneiras, também é alvo permanente de reportagens por parte dos mais diversos veículos de comunicação em busca de problemas no atendimento, a exemplo de filas, que possam representar as dificuldades enfrentadas pela população em relação ao sistema público de saúde.

Desta forma, a estratégia de comunicação relativa ao Hospital das Clínicas precisa atender com precisão a duas linhas de interesse da imprensa: a resposta rápida e convincente sobre demandas negativas e a proatividade em relação a demandas positivas, que irão reforçar os melhores aspectos do complexo. Isso faz parte do dia a dia do trabalho da VFR dentro do complexo.

Apenas no último ano, podemos destacar ao menos dois casos de enorme relevância para a imprensa, com sentidos opostos, que traduzem o trabalho estratégico da VFR na comunicação do HCFMUSP. Em um deles, uma denúncia de superfaturamento culminou com a presença da Polícia Federal, com mandados de busca e apreensão, em prédios do HCFMUSP, com o conjunto da imprensa avisado a priori e acompanhando toda a ação. Em outro, um transplante pioneiro de útero e posterior nascimento de um bebê, ocorrido no HCFMUSP, precisava ser mostrado de forma a atingir o maior público possível, com o material de melhor qualidade. Cada um dos casos são exemplos de estratégias de comunicação bem-sucedidas da VFR para reduzir danos, no primeiro caso, e para divulgar a excelência do hospital para milhões de pessoas, no segundo, como se verá a seguir.

A chamada “Operação Dopamina” teve início em uma operação surpresa da Polícia Federal dentro do HC, com policiais entrando em salas e retirando computadores e processos com o





acompanhamento da imprensa. Neste momento, a equipe da VFR respondeu com agilidade e precisão, comunicando imediatamente à imprensa que o HC colaborava com a investigação.

Essa agilidade foi fundamental para que iniciássemos a gestão da crise antes mesmo da entrevista coletiva da PF, às 11 horas daquele dia. Assim, pudemos corrigir, antes dos jornais da tarde, a informação que circulava de que o envolvido na fraude era "presidente" do Instituto de Psiquiatria. Falamos diretamente com os editores, esclarecendo tratar-se de um erro e que o envolvido era um mero diretor de área.

Ao concentrarmos nossa estratégia na nossa colaboração com o MPF e no sigilo que nos foi requisitado, evitando nos estender em explicações que não nos cabia, induzimos que o foco de toda a imprensa passasse a ser os dois suspeitos, como ficou claro nas edições dos jornais da noite, como o Jornal Nacional. Ou seja, o enfoque da imprensa deixou de ser "Fraude do HC", o que envolveria a direção, para "Fraude dentro do HC", ainda muito grave, mas corretamente dirigido para os suspeitos, não para a instituição.

Essa estratégia e nossa proximidade com as direções de redação certamente evitou que a imprensa se concentrasse na porta do IPq, ou mesmo no prédio da administração, para cobrar diretamente da presidência do instituto ou da própria direção do HC, em entrevistas de improviso e sem qualquer controle, explicações sobre a fraude. Vale lembrar que este padrão da imprensa se concentrando nos locais da operação tem se repetido em todas as operações pelo país, expondo, muitas vezes injustamente, a direção das instituições investigadas. Com a agilidade da VFR, isso foi evitado.

Passado o primeiro dia, a equipe da VFR, junto com a superintendência, fez o levantamento minucioso de todos os documentos referentes à investigação, conseguindo certificar-se de que o HCFMUSP fazia as compras citadas de maneira correta e via licitação. Com este conjunto de informações, a VFR realizou um media training com o Superintendente do HCFMUSP e com sua Diretora Clínica, preparando-os para dar respostas com segurança aos jornalistas. Isto feito, uma entrevista coletiva foi convocada, e o HCFMUSP pode esclarecer, de forma organizada e documentada, que estava trabalhando de acordo com a legislação e que os eventuais desvios não haviam ocorrido no complexo e que os suspeitos haviam sido imediatamente afastados. Com isso, firmou-se a percepção, nos jornalistas e no público, de que a instituição havia feito

tudo o que estava ao seu alcance, tendo ficado protegidos dos ataques tanto o HCFMUSP quanto os membros da alta administração.

Este enfoque acabou balizando toda a cobertura da imprensa, que se seguiu por meses, quando, a cada nova etapa, como denúncia do MPF, os dois suspeitos afastados eram sempre o alvo e o HC apareceu sempre como parte interessada e ativa no esclarecimento dos fatos. Foi uma crise de proporções enormes gerenciada com rapidez e precisão.

Na outra ponta, o HCFMUSP realizou neste ano o primeiro transplante de útero da América Latina e, mais que isso, realizou o parto do primeiro bebê do mundo gerado em um útero transplantado de doadora falecida. Tratava-se de um caso extremamente positivo, mas de longuíssima duração. Com um problema para a divulgação à imprensa: a receptora e futura mãe, não daria nenhuma entrevista.

Portanto, para garantir que o conteúdo fosse divulgado com a qualidade que deveria, foi definida a estratégia, de primeiro, garantir a exclusividade para um programa de alcance nacional: o Fantástico, da Rede Globo. Em seguida, a divulgação para toda a imprensa, garantindo a multiplicação da notícia nos diferentes meios, incluindo agências internacionais. Isso foi feito tanto quanto da realização do transplante quanto do nascimento do bebê. O resultado foi a divulgação do HCFMUSP como centro de excelência no cenário do SUS do país, com reportagens aprofundadas e de grande alcance.

Este controle sobre a notícia dentro de um complexo com mais de 20 mil funcionários exige que a assessoria de imprensa tenha ótimas relações em todos os institutos e com todos os principais gestores. As reuniões para a manutenção dessa rede de confiança são rotineiras. Em sua rotina diária dentro do complexo, para minimizar os aspectos negativos, a VFR realiza monitoramento permanente sobre possíveis focos de reportagens, como falta de medicamento, demora no atendimento e fila para cirurgias, entre outros. Com isso, a VFR consegue dar respostas quase imediatas aos problemas eventualmente levantados pela reportagem, evitando que casos pontuais sejam retratados como problemas sistêmicos.

Os resultados nesse sentido são bastante claros: o HC deixou de ser retratado como um complexo com problemas estruturais. Pelo contrário, nesse período, as reportagens negativas despencaram, representando hoje menos de 5% das cerca de 450 que são mensalmente

publicadas/veiculadas sobre a instituição. Mais do que isso, a maioria dessas reportagens negativas se limita a pequenas notas, raras vezes chegando a manchetes de páginas internas.

A VFR também realiza o planejamento estratégico em mudanças no sistema de atendimento do HC que impactem os usuários. É o caso, por exemplo, da redução no atendimento do pronto-socorro do HC, ocorrida em fevereiro de 2013, quando 300 pessoas por dia foram afetadas. Ao se antecipar à imprensa, comunicando ela mesma todos os detalhes das mudanças, a VFR conseguiu transformar o que seriam reportagens negativas em matérias positivas, com serviço para população, e o anúncio de melhorias no PS do HC.

Com o número crescente de vítimas de febre amarela no estado de São Paulo em 2018, o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP teve grande repercussão na mídia nacional por prestar atendimento a casos gravíssimos da doença e, também, por realizar o primeiro transplante de fígado em paciente com febre amarela do mundo, encontrando, assim, uma nova maneira de salvar vidas.

A atividade da assessoria de imprensa fez com que, em um momento de crise, o HCFMUSP fosse visto como uma solução, tornando-se destaque nos principais veículos de comunicação, incluindo a TV Globo e o jornal Folha de S.Paulo.

Essa visibilidade ressaltou o pioneirismo que coloca a instituição como uma das grandes da medicina mundial, além de abrir portas para que outros hospitais começassem a replicar esse tipo de procedimento.

Quanto às reportagens positivas, além de terem crescido aproximadamente 50%, frequentemente ocupam lugar de destaque nos principais jornais, como Folha de S. Paulo e Estadão, e emissoras de rádio e TV, como a própria Rede Globo.

A equipe da VFR realiza diariamente a busca por pautas positivas, que reforcem a imagem de centro de excelência do HC. Para isso, a equipe de jornalistas, especializados em saúde, realiza entrevistas com professores-doutores das diversas áreas, pesquisadores, médicos, funcionários e pacientes, antecipando sempre as novidades relativas ao complexo que possam interessar à imprensa e ao público.

A partir disso, são realizados releases todas as semanas, que podem ser negociados individualmente com os órgãos de imprensa, com matérias exclusivas, e também divulgados para o conjunto dos jornais, com a equipe realizando a divulgação e fazendo o follow-up para

convencimento dos jornalistas sobre a importância e relevância dos temas divulgados. A equipe possui trânsito em todas as principais redações, sendo atendida seja pelos repórteres, seja por seus editores.

A VFR possui rotina de contatos regulares com os responsáveis pelos principais serviços da instituição para buscar por novidades que possam ser transformadas em notícia. Além disso, centraliza todas as demandas dos veículos de comunicação, para que os jornalistas tenham uma fonte segura de informações.

A VFR também é responsável por colocar o HC-FMUSP no centro dos principais debates em saúde, como residência médica e formação de profissionais e apoio à pesquisa. Para isso, entre outras estratégias, produz e propõe artigos dos principais interlocutores do HC para os grandes jornais e agenda almoços e visitas às grandes redações.

3- Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp)

Inaugurado em maio de 2008, o Instituto do Câncer do Estado de São Paulo, unidade do Governo do Estado gerenciada em parceria com a Fundação Faculdade de Medicina, é um dos maiores centros de oncologia da América Latina e referência nacional no Sistema Único de Saúde (SUS). Com base na assistência e gestão humanizada, o Instituto oferece aos pacientes da rede pública de saúde um tratamento global e multidisciplinar com práticas assistenciais, de qualidade e segurança do paciente, acreditados pela Joint Commission International, organização internacional de acreditação em saúde.

Os números do Icesp refletem uma produção assistencial expressiva e de grande representatividade. Mensalmente, são realizados mais de 50 mil atendimentos, em 34 especialidades médicas, em média 8,3 mil procedimentos cirúrgicos, 28,6 mil atendimentos de urgência, 55 mil sessões de radioterapia e braquiterapia e 6,1 mil pacientes se encontram em tratamento de quimioterapia. Cerca de 10 mil pessoas circulam no Icesp diariamente e o índice de satisfação dos pacientes é superior a 96%.

Desde 2010 a VFR atua na prestação de serviços de Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna do Instituto, com o objetivo de divulgar o trabalho realizado com foco

em novas tecnologias, pesquisa científica, ensino, treinamento e educação de colaboradores, em inovação de processos e na segurança do paciente, garantindo não só a qualidade dos serviços, mas a humanização, um dos principais diferenciais do Icesp entre os grandes centros de oncologia do país.

A disseminação de informações seguras e relevantes amplia o conhecimento sobre a prevenção e o diagnóstico precoce do câncer e auxilia na qualidade de vida das pessoas em tratamento da doença. As ações de relacionamento com a imprensa, além de fortalecerem a imagem da instituição, apresentando os serviços do Icesp na área de assistência, ensino e pesquisa são educacionais e, portanto, essenciais para a constituição de uma sociedade mais saudável.

Fazem parte das atividades da equipe de comunicação do Icesp:

- Acompanhamento de reuniões e planejamento estratégico junto às Diretorias Executiva e Geral
- Levantamento de assuntos pertinentes e que geram visibilidade à marca Icesp
- Produção de releases, notas e conteúdos para campanhas institucionais sobre as atividades do hospital, pautas médicas, serviços sobre prevenção, diagnóstico precoce ou datas comemorativas
- Contato com veículos de imprensa e agendamento de entrevistas
- Acompanhamento de entrevistas e gravações
- Clipping
- Análise de resultados, levantamento de indicadores e elaboração de relatórios
- Administração e monitoramento do site Icesp e das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e Canal do Youtube).
- Elaboração de planejamento de Comunicação Interna
- Levantamento de pautas, elaboração de textos e diagramação de jornal Semanal Icesp (circulação interna para cerca de 5 mil colaboradores)
- Levantamento de pautas, elaboração de textos e diagramação de “Boletim Entre Médicos” (boletim mensal direcionado ao corpo clínico)

- Abastecimento de notícias na Intranet
- Disparo diário via e-mail de comunicados institucionais sobre atividades internas da Instituição
- Produção de artes: média mensal de 220 artes que podem ser layout de campanhas (Outubro Rosa, Novembro Azul, comunicados, banners, cartazes, adesivos, wallpaper, folhetos, manuais, cartilhas ou ícones de desktop.

Matérias de destaque em 2019:

Série Gratidão (Fantástico, TV Globo; 10/01/2019)

*Reportagem exalta a humanização presente na assistência prestada na assistência ao paciente.

https://globoplay.globo.com/v/7289547/?fbclid=IwAR24qYnH1h6A97vWST0piJFshd6nCSHT7OclW_WJxT6ujh6vSXcZuZiUxjU

165 mil casos de câncer de pele devem ser registrados em dois anos (TV Record; 15/01/2019)

*Série de reportagens com entrevista de dermatologista do Instituto esclarecendo questões sobre câncer de pele e prevenção.

<http://recordtv.r7.com/jornal-da-record/videos/165-mil-casos-de-cancer-de-pele-devem-ser-registrados-em-dois-anos-15012019>

Matérias de destaque em 2018:

- Centro de simulação realística, CETO e Spy

Inovação na saúde (Globo News; 30/07/2018, 01/08/2018 e 03/08/2018)

*Série de reportagens sobre as inovações na área da saúde, que aborda tecnologias usadas no Icesp contemplando entrevista com três coordenadores médicos

<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/v/edicao-das-16-estrelas-serie-sobre-inovacao-na-saude/6909222/>

<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/v/treinamento-medico-tem-boneco-que-simula-choro-e-tremor/6914694/>

<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/t/edicao-das-16h/v/inovacao-na-saude-fluorescencia-a-laser-guia-medicos-em-cirurgias/6920552/>

- Dez anos do Icesp

Em dez anos, Icesp une pesquisa, terapias de ponta e tratamento humanizado (Folha de S. Paulo; 06/05/2018)

*Matéria especial sobre os 10 anos de atuação do Instituto com entrevistas de dois diretores e depoimento de pacientes

<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2018/05/em-dez-anos-icesp-une-pesquisa-terapias-de-ponta-e-tratamento-humanizado.shtml>

- Corrida Icesp Run

Por que suar a camisa é uma arma contra o câncer (Revista Saúde; 29/04/2018)

*Artigo assinado pela coordenadora médica do Serviço de Reabilitação do Icesp, Dra. Christina May Moran de Brito, sobre a importância dos exercícios e do controle do peso na prevenção e no tratamento dos tumores com divulgação da corrida Icesp Run

<https://saude.abril.com.br/blog/com-a-palavra/por-que-suar-a-camisa-e-uma-arma-contra-o-cancer/>

- Desempenho de residentes na ASCO

Residentes do Icesp ficam entre os melhores em exame dos EUA (Folha de S. Paulo; 02/06/2018)

*Matéria sobre o desempenho dos residentes do Instituto em exame internacional com entrevista do diretor-geral, Paulo Hoff.

<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2018/06/residentes-do-icesp-ficam-entre-os-melhores-em-exame-dos-eua.shtml>

- Campanha Julho Verde / Câncer de cabeça e pescoço

Oito em cada dez pacientes com câncer de cabeça e pescoço são ou foram fumantes (TV Globo, Jornal Nacional; 12/07/2018)

*Reportagem sobre conscientização da importância do diagnóstico precoce do câncer de cabeça e pescoço contemplando entrevista do chefe de cirurgia de cabeça e pescoço, Marco Aurélio Vamondes Kulcsar.

<https://globoplay.globo.com/v/6868541/>

- Doação de cabelo

Doação de cabelo pode ser feita em envelope via correio ou entrega no Instituto do Câncer (TV Globo, SPTV; 25/07/2018)

*Link ao vivo com orientações de como doar cabelo para confecção de perucas com entrevistas com as voluntárias do Icesp e pacientes.

<https://globoplay.globo.com/v/6896641/programa/>

- Atividade física x câncer

Atividade física ajuda pacientes em reabilitação após tratamento contra o câncer (TV Globo, Bem Estar; 16/11/2018)

*Matéria com a divulgação do estudo realizado pelo Icesp comprovando os benefícios do exercício físico para pacientes com câncer contemplando entrevistas com a coordenadora médica do Serviço de Reabilitação do Icesp, Dra. Christina May Moran de Brito, e pacientes.

https://globoplay.globo.com/v/7165922/programa/?fbclid=IwAR236Ip-aAEa8XIm3oRsX0AyCEYXqagAoYDj_YS5-xXKMW1SLsxPGbWE8_E

- Desfile Outubro Rosa

Serginho promove o desfile Outubro Rosa (TV Globo, Altas Horas; 27/10/2019)

*Pacientes mulheres em tratamento contra o câncer de mama no Icesp desfilam e contam as suas histórias

https://globoplay.globo.com/v/7120119/?fbclid=IwAR1x_fWBjO5EcVFUePulKA9BB6GfZFUrc6vhcx5Bjr1HEw2X7WZPqfkvxbE

4- Fundação Butantan (Instituto Butantan)

O trabalho estratégico da VFR Comunicação vem fortalecendo a imagem do Instituto Butantan como o maior produtor de vacinas do país. O projeto da VFR contempla a Comunicação Integrada da Instituição, o que inclui a comunicação interna para 2 mil funcionários, o sólido relacionamento com a imprensa nacional e a gestão sobre páginas institucionais extremamente dinâmicas e interativas nas mídias sociais.

Em média, são produzidos mensalmente três press releases (textos que servem como sugestão de pauta para a imprensa), mas também é disponibilizado atendimento rápido e eficaz 24h às solicitações feitas espontaneamente por jornalistas. O resultado disso é que o instituto tem sido citado em média por 150 matérias jornalísticas por mês. Em dezembro do ano passado, por exemplo, 21 veículos de imprensa estiveram presentes no anúncio de um acordo entre o Butantan e a farmacêutica MSD para a continuidade do projeto de uma vacina inédita contra a dengue que está na fase de testes.

Nas mídias sociais, o instituto também reforça sua imagem e confiabilidade junto ao público, alimentando diariamente suas páginas no Twitter (10 mil seguidores), no Instagram (40 mil seguidores) e no Facebook (62 mil seguidores) com conteúdo absolutamente confiável, desenvolvido e revisado por jornalistas profissionais, com o suporte de especialistas. O canal no Youtube também tem ganhado força, especialmente, após o projeto de produção de conteúdo em vídeo implantado pelo Butantan em junho do ano passado. De lá para cá, cerca de 50 vídeos institucionais já foram produzidos e disponibilizados com uma linguagem didática e imagens de alta definição.

Importante destacar que a comunicação integrada do Butantan também supervisiona e produz informes internos, participa da organização dos eventos, além de produzir um grande volume de notícias institucionais para alimentar diariamente a intranet e para produzir o boletim virtual Butantan Notícias, disponibilizado todas as terças-feiras. Tudo para dar real visibilidade às áreas, valorizar o trabalho dos colaboradores e envolvê-los nos projetos e causas do Butantan.

5- Projeto de Fortalecimento da Gestão da Saúde do Estado de São Paulo/BID

Conhecido como Programa “Saúde em Ação”, trata-se de parceria entre a Secretaria de Estado da Saúde e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). O projeto tem como objetivo fortalecer a atenção básica de saúde dentro do SUS, construindo e reformando 165 obras de clínicas do tipo Unidades Básicas de Saúde, Centros de Atenção Psicossocial (Caps), Ambulatórios Médicos de Especialidades (AMEs) e hospitais. Dentro da rede do programa, os profissionais da saúde passam por capacitações e seguem os conceitos definidos por Linhas de Cuidado, que promovem o atendimento humanizado com foco no bem-estar do paciente.

O investimento total é de R\$ 826 milhões, dos quais 70% são provenientes do BID e 30% do tesouro estadual. As obras estão presentes em cinco regiões do Estado de São Paulo (Vale do Ribeira, Vale do Jurumirim, Litoral Norte, Itapeva/Sorocaba e Região Metropolitana de Campinas).

O “Saúde em Ação” foi implantado em 2014, e conta com a prestação de serviços de

comunicação da VFR desde 2016. Entre eles estão a criação de um site que detalha os ideais e ações do programa, a produção de vídeos contando histórias de usuários e profissionais da atenção básica beneficiados pelo programa, criação de páginas no Facebook e no Youtube, e a produção de uma newsletter mensal entregue para os gestores municipais.

A VFR também é responsável pela criação e padronização da identidade visual do programa, que inclui o logo oficial, totens, banners, folhetos e cartilhas, além das apresentações realizadas pelos membros da coordenadoria do projeto. Com isso, fortalece a marca do Saúde em Ação e torna mais reconhecíveis as obras do programa.

A agência também tem feito um trabalho para divulgar as ações do programa em cada município beneficiado, apresentando os serviços disponíveis em cada clínica e reforçando o quanto essas obras são importantes para reduzir as filas em hospitais.

6- SPDM – Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina

Fundada em 1933, a Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina (SPDM) é uma das maiores entidades filantrópicas de saúde do Brasil, atuante em sete estados brasileiros, com aproximadamente 46 mil funcionários e com a vocação de contribuir para a melhoria dos serviços médicos prestados à população. Gerencia unidades hospitalares e ambulatoriais construídas e equipadas por governos estaduais e municipais, tendo como objetivo levar o que há de mais avançado em conhecimento médico à população.

Desde março de 2014, a VFR Comunicação presta serviços de assessoria de imprensa para a instituição. Dentre as tarefas realizadas estão:

- Levantamento contínuo de pautas.
- Produção de materiais de divulgação, releases e matérias especiais.
- Notas exclusivas e artigos.
- Atendimento à imprensa, incluindo o aprimoramento de relações com os veículos de comunicação.
- Monitoramento de reportagens e identificação de oportunidades.

- *Media training* e apoio aos porta-vozes.
- Gestão de crise.
- Criação de estratégias de comunicação.

O trabalho desenvolvido pela VFR promoveu profundas mudanças no dia a dia da SPDM, principalmente em relação à assessoria de imprensa e, posteriormente, mídias digitais. Desde a ampliação da estrutura de comunicação até o relacionamento com a imprensa e gerenciamento de crises. Além de fomentar a credibilidade da organização junto ao público interno e externo, a VFR passou a antecipar riscos potenciais de crises e trabalhar a imagem de excelência do cliente.

Era possível notar, pela análise da *clipagem* diária, a ausência de reportagens positivas sobre a instituição. As citações referiam-se apenas às crises pontuais relacionadas à entidade. Essa situação se inverteu gradativamente com o trabalho implantado pela VFR, por meio da produção de divulgações das ações positivas da Associação para os principais veículos de comunicação do país.

Em 2018, podemos citar como exemplo uma grande reportagem do jornal Folha de São Paulo sobre o modelo de Organizações Sociais de Saúde, que contou com a SPDM como modelo de gestão positiva, citando o Hospital de Transplantes Euryclides de Jesus Zerbini (HTEJZ) (confira o link: <https://bit.ly/2LWUzPB>). Outro destaque foi a participação de profissionais da entidade em uma pauta sobre saúde masculina do maior telejornal do país, o Jornal Nacional, no Centro de Saúde do Homem do HTEJZ (<https://glo.bo/2Mznblf>). Além disso, outro exemplo do trabalho realizado pela VFR reside na participação do Laboratório de Reprodução Humana do Hospital São Paulo na série especial “Fertilidade, um projeto de vida” do Fantástico, com entrevistas do Dr. Renato Fraietta, além do acompanhamento de dois casais atendidos na unidade (<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/08/05/fertilidade-um-projeto-de-vida.ghtml>).

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Desta forma, com estes e os demais materiais elaborados pela SPDM sendo publicados em importantes veículos (como TV Globo, SBT, Record, Folha de São Paulo, UOL e G1), desde 2014, a marca SPDM chegou a:

- Aproximadamente **12 MILHÕES de domicílios** em matérias veiculadas na TV – **39 MILHÕES** de pessoas.
- Mais de **4,5 MILHÕES de exemplares** de jornais impressos – **18 MILHÕES** de pessoas
- Cerca de **900 MIL ouvintes** de rádio.
- Mais de **450 MILHÕES de page views** nos mais diversos sites.

7- Hospital de Transplantes / Centro de Referência em Saúde do Homem

O Hospital de Transplantes do Estado “Euryclides de Jesus Zerbini” é o primeiro centro público de saúde, ligado ao governo paulista, especializado em transplantes de múltiplos órgãos e tecidos e cirurgias de alta complexidade. A instituição, inaugurada em 2010, também é referência nacional em neurocirurgia, com destaque para a utilização de métodos minimamente invasivos nos tratamentos de Mal de Parkinson e epilepsia. Mensalmente, os atendimentos no Hospital de Transplantes chegam a 10 mil consultas ambulatoriais e 700 procedimentos cirúrgicos.

Já o Centro de Referência da Saúde do Homem, inaugurado em 2008, é atualmente o maior serviço público especializado em urologia da América Latina. Conhecido como “Hospital do Homem”, é o único em toda rede SUS a utilizar equipamentos de laser e endoscópicos para realizar cirurgias renais e da próstata. O constante investimento em tecnologia permite que sete em cada 10 procedimentos realizados sejam minimamente invasivos.

O Hospital de Transplantes do Estado, bem como o Centro de Referência da Saúde do Homem, que compartilham mesmo espaço físico no antigo Hospital Brigadeiro é cliente da VFR Serviços de Comunicação desde 2010. A equipe é responsável pelas estratégias de assessoria de comunicação e, desde o início, trabalha para consolidar o posicionamento da instituição por meio de ações de relacionamento com a imprensa e formadores de opinião. O serviço de urologia da instituição (Hospital do Homem) e seus especialistas, por exemplo,

firmaram-se como principais fontes para reportagens sobre saúde masculina e prevenção, publicadas na grande imprensa e veículos regionais, e responde pela maior parte das demandas espontâneas.

A opinião do público interno tem grande influência nas perspectivas dos clientes externos (pacientes) e, por isso, as estratégias de comunicação interna visam valorizar o capital humano, envolvendo os funcionários com os valores da instituição. A VFR também é responsável por esta parte, que inclui a produção de arte e conteúdo para a elaboração de campanhas diversas, boletins informativos mensais como newsletter, jornal institucional e a intranet, além das iniciativas de relacionamento com o público externo por meio de material gráfico (folders e informativos) e mídia social (Facebook).

8- Ibross (Instituto Brasileiro das Organizações de Saúde)

Fundado em abril de 2015, o Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde (Ibross) é a primeira entidade a representar as organizações sociais de saúde (OSS) no Brasil. O instituto promove o modelo de administração de equipamentos de saúde por meio de OSS, através de parcerias firmadas entre as instituições e as secretarias estaduais e municipais de saúde.

Atualmente, são associadas ao Ibross 21 instituições filantrópicas que atuam em São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Ceará. Juntas, elas gerenciam mais de 800 equipamentos de saúde e empregam 95 mil pessoas. Essas unidades contam com mais de 15 mil leitos e realizam, em um período de um ano, cerca de 700 mil internações e mais de 750 mil cirurgias. Também são responsáveis por mais de 40 milhões de consultas, quase 50 milhões de exames e chegam a registrar aproximadamente 10 milhões de atendimentos de urgência e emergência.

A VFR desempenha, desde 2016, o trabalho de assessoria de imprensa da instituição, bem como atividades de comunicação digital, para fortalecer e evidenciar nacionalmente a atuação do Ibross no desenvolvimento, aperfeiçoamento e evolução do modelo de gestão por OSS. Para ampliar o acesso da sociedade a informações e esclarecimentos sobre o modelo de gestão, a VFR dedica-se à divulgação das atividades do Ibross, das boas práticas na Saúde por meio de parcerias público-privada, de estudos que demonstram resultados da administração por OSS e de eventos voltados para o debate do tema.

São produzidos releases, artigos e notas de posicionamento do Ibross direcionados à imprensa, além de alinhamento de entrevistas com porta-vozes da instituição com os veículos. A assessoria faz a elaboração dos textos, monitoramento de mídias e clippings, disparos de conteúdos e follow-up. Para potencializar os resultados na imprensa de todo o país, a equipe elabora mailings personalizados e mantém estratégias para estreitar o relacionamento com os jornalistas.

Artigos e cartas assinados pelo presidente do Ibross foram publicados nos jornais Folha de São Paulo, O Globo, O Imparcial, Diário do Grande ABC, O Povo, entre outros. Os eventos que a entidade realiza anualmente para promover a discussão sobre modelo de gestão já foram divulgados por veículos de grande repercussão, como o Estadão, Valor Econômico, Correio Braziliense, TV Record e rádios CBN, Jovem Pan e BandNews.

Em 2018, o Ibross ganhou amplo espaço em uma matéria da jornalista Claudia Collucci sobre Organizações Sociais, no jornal Folha de São Paulo. Com entrevista do presidente da instituição, Renilson Rehem, o texto destacou os 20 anos das OSs e a iniciativa do Ibross de conceder selo de acreditação às organizações que cumprem normas de segurança e de qualidade. No mesmo veículo e ano, outras ações do Ibross receberam três publicações na coluna Mercado Aberto, em janeiro, maio e dezembro.

Recentemente, em outubro de 2019, o Ibross protocolou uma petição pedindo esclarecimentos ao INSS sobre o afastamento aplicado às gestantes e lactantes em locais de trabalho insalubre. A iniciativa do Ibross foi divulgada na coluna da Mônica Bergamo, da Folha de São Paulo, nos jornais Agora São Paulo, Todo Dia, Diário Industria&Comércio e outros veículos regionais.

No campo da comunicação digital, a equipe da VFr é responsável pela cobertura de eventos do Ibross e pelo gerenciamento e abastecimento de todos os conteúdos do site, canal do Youtube, Facebook, Instagram e Twitter do Ibross. Além de evidenciar a importância do Sistema Único de Saúde (SUS) e da assistência de qualidade à população, a assessoria também oferece apoio na divulgação das atividades de todos os associados do instituto.

Duosystem Inteligência em Saúde

Fundada em 2006, a Duosystem é uma empresa de tecnologia, especializada em inteligência e inovação em saúde. Com protagonismo e eficiência, oferece soluções de acesso e gestão para clientes públicos ou privados, tendo como foco principal, o paciente.

Atualmente, as centrais de vagas do SUS dos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Goiás são algumas das unidades que já utilizam a plataforma tecnológica da Duosystem, para otimizar o processo de regulação. A empresa contabiliza mais de 130 milhões de acessos na intermediação de consultas, exames, internações e regulações de urgência.

A companhia também desenvolveu um aplicativo móvel inédito para agendar a retirada de medicamentos no estado de São Paulo e está expandindo sua atuação de forma contínua para novos estados e municípios brasileiros, além de outros países.

Desde maio de 2018, a VFR é responsável por todo o planejamento de comunicação da Duosystem, além atuar em um trabalho de assessoria de imprensa que identifica, junto ao cliente, assuntos de relevância e que podem ser transformados em notícia ou divulgados por meio de marketing digital.

Por isso, é fundamental um trabalho de comunicação personalizado, com um estreito contato entre a empresa e a assessoria de comunicação e que permita agilidade na transmissão de informações do emissor para o receptor final.

Desta forma, a estratégia de comunicação relativa à Duosystem baseia-se principalmente, na proatividade em relação às demandas positivas, que irão reforçar a instituição uma referência em seu meio de atuação. Igualmente essencial é trabalhar a comunicação de forma alinhada com seu posicionamento e público-alvo, para que os atributos e vantagens oferecidos pela companhia sejam evidenciados, percebidos e valorizados pelo mercado.

O trabalho da VFR possui como finalidade, abrir espaços noticiosos para a Duosystem junto aos meios de comunicação da capital paulista e demais capitais do país, incluindo a grande mídia e veículos segmentados. Para isso, realizamos o levantamento de informações relevantes e positivas relacionadas às atividades da empresa, elaboramos e divulgamos releases e notas junto aos veículos noticiosos, com foco no público-alvo, além de promover a atualização contínua de mailing de imprensa e trabalho intensivo de contato com jornalistas de diversas

emissoras para oferecer sugestões de pauta sobre os assuntos ligados à área de atuação da Duosystem.

Nos últimos anos, podemos destacar ao menos três casos de enorme relevância para a imprensa em relação à Duosystem: Especialmente no mês de setembro de 2019, cabe destacar a estratégia de divulgação do lançamento do “Remédio Agora”, aplicativo inédito desenvolvido com a tecnologia da Duosystem e destinado à utilização do Governo do Estado de São Paulo. Para isso, a VFR elaborou um planejamento estratégico de divulgação e realizou uma interface intensa junto à área de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde (SES) de SP, com o objetivo de explorar ao máximo, o trabalho da assessoria de imprensa. Foram levantados junto à área de Operações e Tecnologia da Duosystem, dados sobre as funcionalidades e benefícios do aplicativo. A equipe da VFR acompanhou as diversas fases de implantação do app, que ocorreu inicialmente na farmácia instalada no AME (Ambulatório Médico de Especialidades) Maria Zélia. Para garantir maior visibilidade à empresa, também foi explorada uma citação do presidente da Duosystem, no texto de divulgação, destacando a contribuição da companhia no desenvolvimento de soluções de tecnologia inovadoras para o fortalecimento da saúde pública em SP. A equipe da VFR forneceu todas as informações acima levantadas ao Departamento de Comunicação da SES, para a devida divulgação. O assunto obteve repercussão positiva em toda a imprensa (Portal G1, R7 e outros) e inclusive, sendo mencionada no release distribuído pela Secretaria Especial de Comunicação do Governo.

Além disso, no início do ano de 2019, também foi elaborado um artigo sobre os avanços na regulação do SUS, assinado pelo presidente da empresa. Para isso, a VFR entrou em contato direto com veículos de comunicação, com o objetivo de gerar visibilidade positiva à companhia e ao porta-voz. O artigo foi veiculado nos jornais Voz do Vale, Tribuna de Ribeirão Preto, Diário do Grande ABC, entre outros. No ano de 2018, a Duosystem também foi pauta de notícias positivas na mídia, com o desenvolvimento de solução de tecnologia para auxiliar o processo de regulação e operacionalização do Complexo Regulador do estado de Goiás. A VFR foi responsável por intermediar entrevistas junto ao porta-voz da empresa e atendimento aos jornalistas da região.

Em sua rotina diária de trabalho para a Duosystem, a VFR ainda presta serviços relacionados à área de Marketing Digital, com o objetivo de criar visibilidade e relevância para

a companhia na Internet e mídias digitais. Para isso, reformulamos todo o conteúdo do website da Duosystem e elaboramos um novo posicionamento digital da companhia, por meio da criação de perfis no Facebook, Twitter e LinkedIn. Somos responsáveis pela produção de conteúdo especializado para os perfis, com a criação de artes, fotos, gráficos, infográficos e vídeos, além da implantação de técnicas de SEO (Search Engine Optimization) no site, visando o aumento de acessos, melhor posicionamento orgânico e a implantação de ferramentas de análise de dados no site para a produção de estratégias de divulgação.

Também faz parte das atividades da VFR a execução de ações relacionadas à comunicação institucional da Duosystem. A equipe é responsável por produzir conteúdos editoriais, como folders e catálogos para apresentação da empresa em feiras de saúde e tecnologia. Vale ressaltar que no último ano, a VFR elaborou materiais informativos, como folders, apresentações e vídeos institucionais para que a Duosystem participasse de dois eventos internacionais de Saúde, o Brazil America Summit e a II Conferência Internacional de Saúde Brasil – Portugal e Comunidade Lusófona. Tais ações visam a ampliação da Duosystem em eventos do setor, colocando-se como a maior referência no segmento.

Na outra ponta, podemos destacar o trabalho da VFR nas ações de comunicação interna da empresa. A equipe produz diariamente pautas para divulgação aos colaboradores da Duosystem, trabalhando com o apoio de ferramentas, como o Jornal Mural, Intranet, além da produção de comunicados internos. É trabalho da área de comunicação, prestar suporte em reuniões estratégicas da companhia, auxiliando especialmente, em ações de marketing voltadas ao novo plano de negócios da Duosystem.

Por fim, todas as estratégias de comunicação prestadas pela VFR são analisadas e monitoradas continuamente através da geração de relatórios de produtividade e prestação de contas.

Rotina de atendimento para atendimento do objeto da presente licitação

Para atendimento à CONTRATANTE nos termos do citado no presente edital, a VFR definirá um sistema que permitirá dar suporte em tempo integral à instituição, incluindo plantões para eventuais emergências. De forma rotineira, o escritório da VFR e os jornalistas destacados para atuar internamente nas dependências dos órgãos indicados pela CONTRATANTE cobrirão o horário das 8h às 19h.

Antes e após esse intervalo sempre haverá um jornalista de plantão, acessível por telefone celular e e-mail e com acesso à Internet, para atendimento às solicitações de jornalistas, bem como de eventuais pedidos das instituições. O jornalista plantonista, que também atuará aos sábados, domingos, feriados e pontos facultativos, estará em estreito contato com o profissional designado para coordenar a área de imprensa da CONTRATANTE, que, por sua vez, fará a devida interlocução junto às respectivas diretorias das instituições, bem como à direção da VFR no encaminhamento das solicitações que receberem.

Um profissional da VFR com senioridade e experiência será o responsável pelo atendimento à CONTRATANTE, como Coordenador de Geral. A ele se subordinarão o Coordenador de Assessoria de Imprensa, o Coordenador de Mídias Sociais e o Coordenador de Comunicação Interna.

Para atendimento dos órgãos indicados pela CONTRATANTE será destacado um total de 26 (vinte e seis) jornalistas. Todos os profissionais listados na presente Proposta Técnica possuem capacitações, habilitações e habilidades exigidas no edital.

Pelo dinamismo de sua redação, a VFR poderá, em algumas situações, ampliar o número de jornalistas na sede dos órgãos indicados pela CONTRATANTE, conforme a necessidade, e de forma temporária, para atendimento de situações específicas, a exemplo de grandes crises que possam impactar negativamente na imagem dos órgãos.

Atividades a serem executadas na rotina:

- a) Leitura e análise do clipping diário relativo aos órgãos indicados pela CONTRATANTE.
- b) Contato diário e sistemático com as principais lideranças dos órgãos indicados pela CONTRATANTE para apuração de informações que possam ser transformadas em notícia e divulgadas à imprensa, com impacto positivo na imagem das instituições.
- c) Follow-up (contato telefônico com jornalistas) intenso visando maximizar cada notícia sobre os órgãos indicados pela CONTRATANTE.
- d) Participações em reuniões de planejamento de comunicação.
- e) Produção de relatórios mensais de atividades executadas e resultados alcançados nas divulgações, com mensuração da exposição positiva e negativa na mídia.
- f) Monitoramento sistemático de matérias veiculadas na imprensa paulista e nacional, relativas aos órgãos indicados pela CONTRATANTE, para imediata tomada de providências, especialmente no caso de informações inverídicas ou de críticas.
- g) Pronto-atendimento às demandas das autoridades da CONTRATANTE e dos órgãos indicados pela mesma, com rápida apuração e encaminhamento de informações e sugestões de posicionamento que possam subsidiar o contato deles com a imprensa.
- h) Apresentação presencial, aos gestores dos contratos, em periodicidade a ser combinada entre as partes, dos resultados de comunicação obtidos por intermédio das ações de Assessoria de Imprensa.
- i) Fornecimento de releases, notas oficiais, artigos e outros materiais para subsidiar a produção de conteúdo para as redes sociais dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.
- j) Atendimento diário às demandas de imprensa, apuração das informações solicitadas e avaliação, junto à direção da VFR e à direção da CONTRATANTE e dos órgãos por ela indicados, sobre o encaminhamento do assunto, bem como à forma e ao conteúdo da resposta ao veículo de comunicação.

- k) Prestação de informações à direção da CONTRATANTE e dos órgãos por ela indicados sobre as providências tomadas em relação a eventuais matérias negativas para as instituições, detectadas pela VFR.
- l) Apoio na escolha e orientação dos porta-vozes que farão a interlocução dos órgãos indicados pela CONTRATANTE com a imprensa, bem como acompanhamento presencial das entrevistas sempre que necessário.
- m) Produção de *papers* com informações relevantes e estratégicas e sugestões de resposta para questionamentos que poderão ser realizados pelos profissionais da imprensa, de modo a subsidiar os porta-vozes dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.
- n) Elaboração de estratégias especiais de comunicação para divulgação de projetos e iniciativas que sejam “vitrines” dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.

A VFR irá executar as atividades acima descritas da seguinte forma:

Semanalmente a equipe da Assessoria de Imprensa dos órgãos indicados pela CONTRATANTE se reunirá com o profissional responsável pela coordenação de Imprensa para discutir e deliberar possíveis sugestões de pauta a serem trabalhadas junto aos veículos de comunicação, com base nas informações previamente apuradas pelos assessores em seu contato diário com as lideranças do conselho.

As pautas aprovadas serão desenvolvidas e os materiais produzidos passarão pelo crivo do coordenador de Imprensa, direção da VFR e direção dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.

A Assessoria de Imprensa irá traçar um cronograma de divulgação dos materiais produzidos, sempre com a anuência da direção da VFR e direção dos órgãos indicados pela CONTRATANTE, observada a disponibilidade dos porta-vozes destes para a concessão de entrevistas.

Algumas pautas especiais serão trabalhadas inicialmente de forma exclusiva para determinado veículo de comunicação. Os jornalistas gostam de informações exclusivas, que podem ser transformadas em “furos” de reportagem e, nesses casos, geralmente ganham grande destaque nos jornais, rádios, TVs e portais noticiosos, a exemplo de matérias de página inteira ou reportagens de longa duração.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Nas divulgações rotineiras, a equipe de Assessores encaminhará os materiais de imprensa previamente produzidos às redações (textos e, quando necessário, fotos), realizando em seguida contato telefônico com os principais jornais, rádios, sites, TVs, blogs e emissoras de rádio, visando prestar os esclarecimentos sobre a pauta enviada e sugerir entrevistas com porta-vozes dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.

Para evitar desencontros e retrabalhos, um jornalista será destacado para organizar a agenda de entrevistas solicitadas sobre a pauta divulgada a diferentes veículos de comunicação, mantendo contato com o porta-voz designado e acompanhando essas entrevistas. Caberá ao coordenador de Imprensa avaliar se será necessário mais de um porta-voz para atendimento às demandas, em caso de um volume expressivo de solicitações.

Nas chamadas demandas reativas o assessor que receber a solicitação deverá reportá-la ao coordenador, que irá orientá-lo sobre a forma de apurar a informação solicitada. A resposta somente será dada ao veículo após encerrados os processos de levantamento de informações e discussão, junto ao jornalista supervisor, direção da VFR e direção dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.

Contatos com editores-chefes, editores-assistentes, chefes de reportagens e diretores de Jornalismo deverão ser feitos preferencialmente pelo coordenador de Imprensa, pelo jornalista supervisor do atendimento e, em alguns casos considerados estratégicos, pela direção da VFR. Nenhuma solicitação de imprensa deverá ficar sem resposta.

Nos dias de divulgação, os assessores irão encaminhar os materiais de imprensa, como textos e fotos, aos veículos de comunicação, e imediatamente farão contato telefônico com os jornalistas, com o objetivo de explicar e detalhar as informações sobre a pauta sugerida. Além disso, os assessores atenderão às solicitações de entrevista, realizando a intermediação junto aos porta-vozes dos órgãos indicados pela CONTRATANTE e acompanhando esses contatos. Todas as solicitações deverão ser reportadas aos coordenadores responsáveis pelo atendimento à imprensa que, por sua vez, debaterão as respostas e encaminhamentos a essas demandas com a direção dos órgãos indicados pela CONTRATANTE.

Para atendimento dos órgãos indicados pela CONTRATANTE será destacado um total de 9 (nove) jornalistas. Todos os profissionais listados na presente Proposta Técnica possuem capacitações, habilitações e habilidades exigidas no edital.

Declaração de disponibilidade de atendimento

Eu, VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA, representante legal da licitante VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI, CNPJ nº 10.354.430/0001-65, declaro para fins desta licitação que a referida empresa terá disponibilidade para efetivar cada atendimento solicitado pela Contratante, delineados na forma do Edital de Concorrência.

São Paulo, 24 de janeiro de 2020.



M **VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA**
R.G. nº 22.965.955-X

Oficial de Registro Civil das Pessoas Naturais do 37º Sub. Aclimação - São Paulo - SP
Rua Pires da Mota, 984 - CEP 01529-000 - fone (11) 3209-9690 / 3209-1917 - E-mail: 37sub@uol.com.br

Oficiala - Bª Marlene Marchiori

VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE

Selo: 1071AA0487211

Reconheço, por semelhança, a firma de: WALTER MIROTTI.
São Paulo, 22 de janeiro de 2020.
Em testemunho da verdade.

CILENE SOARES - Escrevente Substituta
Preço da firma R\$ 6,45(sem valor) Total R\$ 6,45

