

# Comunicação integrada para combater desinformação e gerenciar crise no Litoral Norte

Secretaria de  
**Comunicação**



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO  
SÃO PAULO SÃO TODOS



## Objetivo

Oferecer **soluções rápidas, intensas e proativas de comunicação pública** para proteger vidas de milhares de moradores e turistas em risco durante as chuvas extremas no Litoral Norte. A atuação da Secretaria de Comunicação é desenvolvida com apoio de importantes agências parceiras, como o **Grupo In Press**.

### Comunicar

Em tempo real tanto pela **mídia tradicional como em canais proprietários e redes sociais**, as ações do Governo de SP para resgatar vítimas de inundações e deslizamentos e atendimento a desabrigados e desalojados

### Reforçar

A credibilidade do Governo de SP e o apoio da opinião pública com a **transferência temporária dos gabinetes do governador e de secretários de Estado** para a cidade de São Sebastião imediatamente após o desastre

### Informar

As comunidades afetadas sobre o risco da permanência em áreas de risco e **comunicar as opções de abrigo temporário** oferecidas pelo Governo de SP, em parceria com prefeituras e organizações não governamentais

### Mobilizar

A sociedade civil, empresas e órgãos públicos a participar do atendimento às populações afetadas pelas chuvas extremas, seja por meio de **doações humanitárias ou oferta de serviços**

Ao longo dos meses subsequentes ao desastre, **manter a imprensa e a sociedade informados sobre as iniciativas estaduais de reconstrução do Litoral Norte**, como recuperação de estradas, construção de centenas de moradias e fomento à retomada do turismo.

## Ações de Destaque



Centralização das informações na Secom-SP para a gestão de crise e criação de **canais oficiais diretos de comunicação** com jornalistas por listas de transmissão por aplicativos como WhatsApp e Telegram



Envio diário à imprensa de três **boletins com informações de todos os órgãos estaduais** envolvidos no atendimento do Governo de SP ao Litoral Norte e reforçar os alertas climáticos da Defesa Civil



Elaboração diária de **briefings com mensagens-chave e dados atualizados para todos os porta-vozes do Governo de SP**, unificando o discurso oficial para facilitar a comunicação via imprensa e redes sociais e evitar informações desencontradas



Disponibilizar **porta-vozes** de todas as secretarias e órgãos estaduais envolvidos no atendimento direto para **entrevistas à imprensa** e também reforçar o **contato direto** com as populações afetadas, reforçando a **credibilidade das informações oficiais**



Continuidade no **fluxo da comunicação pública**, tanto nos **meios tradicionais como em redes sociais**, das ações de longo prazo para reconstrução no Litoral Norte: recuperação e desobstrução de estradas, recuperação e ampliação de redes de abastecimento de água e construção de centenas de novas moradias para as famílias afetadas



## Ações de Destaque



**Redes sociais do Governo de SP** dedicadas de forma **exclusiva e em tempo real** para mostrar as respostas à crise com mais **eficiência, agilidade e transparência**



Uso das redes para reforçar **orientações de segurança**, alertas **climáticos e serviços prestados** pelo Governo de SP nas localidades afetadas com **conteúdos multimídia compartilháveis** via plataformas e aplicativos, ampliando a eficiência da comunicação pública



A mobilização da Secom-SP viabilizou **engajamento expressivo** nos conteúdos produzidos para as **redes sociais**, principalmente pela diretriz de **humanização** dos gestores públicos e das equipes de resgate ante o cenário de calamidade



**Comunicação pública totalmente integrada** para garantir eficiência à gestão de crise, prestação de serviço, atendimento a jornalistas, **suporte em tempo real** às comunidades afetadas e **mobilização da sociedade** para arrecadação de ajuda humanitária

## Campanha de **Mídia**

Com o lema “**Litoral Norte. Com a sua visita, Litoral Forte**”, o Governo de SP lançou, no final de março, uma campanha para **fomentar a retomada do turismo** na região. Além de estimular a principal atividade econômica das cidades litorâneas, a campanha reforçou a agilidade do poder público na **recuperação da infraestrutura** para o retorno dos visitantes.

A campanha englobou **publicações multimídia nas redes sociais, grandes portais e veículos de comunicação** da região do Vale do Paraíba. O vídeo institucional está disponível no link <https://www.youtube.com/watch?v=F4AjlTuswsM>, com mais de **876 mil visualizações**.



**E AGORA VÃO TE RECEBER AINDA MELHOR**

**LITORAL NORTE. COM SUA VISITA, LITORAL FORTE.**

**SP PRA TODOS**

**SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO SÃO TODOS**

## Desempenho do Governo de SP na **Imprensa**

Com **parceria e apoio técnico do Grupo In Press**, as divulgações da Secom-SP em formatos de **press-releases, vídeos, áudios e fotos** relacionadas às ações do Estado durante e após a crise no Litoral Norte resultaram em **exposição espontânea** significativa nos veículos de comunicação.

De acordo com monitoramento da Boxnet, a **repercussão na imprensa** das ações do Governo de SP de **fevereiro a julho de 2023** obteve ampla divulgação:

**1207**

publicações em veículos de comunicação de todo o país

**1203**

publicações positivas

**167**

publicações em jornais e revistas

**527**

reportagens em portais e sites jornalísticos

**355**

publicações em programas de rádio

**158**

reportagens em canais de TV

## Performance do Governo de SP em **Redes Sociais**



### **Facebook**

1.200.900 em jan/23  
1.242.240 em fev/2023  
Crescimento: 3,4%  
Engajamento médio: 0,1%  
Engajamento na crise: 0,3%



### **YouTube**

286.000 em jan/23  
288.000 em fev/2023  
Crescimento: 0,6%  
Engajamento médio: 0,8%  
Engajamento na crise: 0,5%



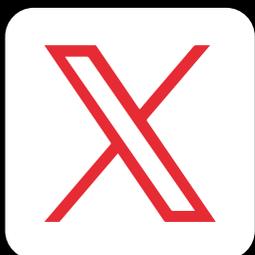
### **Instagram**

548.839 em jan/23  
582.438 em fev/2023  
Crescimento: 6,2%  
Engajamento médio: 5,5%  
Engajamento na crise: 10,2%



### **LinkedIn**

99.901 em jan/23  
101.884 em fev/2023  
Crescimento: 1,9%  
Engajamento médio: 2,9%  
Engajamento na crise: 4,3%



### **Twitter**

536.601 em jan/23  
543.221 em fev/2023  
Crescimento: 1,2%  
Engajamento médio: 2,5%  
Engajamento na crise: 4%



### **TikTok**

79.300 em jan/23  
108.300 em fev/2023  
Crescimento: 36,5%  
Engajamento médio: 9,5%  
Engajamento na crise: 14,2%

## Principais Resultados

**289**

textos publicados no portal saopaulo.sp.gov.br com informações e orientações

**180**

milhões de alcance potencial do total de publicações coletadas

**800**

tuítes publicados sobre a atuação do Estado com ótimo engajamento

**480**

Toneladas de doações arrecadadas pelo Fundo Social de SP

**Mais de R\$ 1,8 milhão**

Em doações em dinheiro para compra de itens de ajuda humanitária

## Medidas de **Grande** Repercussão

**1,3 mil**

pessoas hospedadas  
emergencialmente em  
pousadas da região

**72**

moradias provisórias  
entregues em São  
Sebastião

**704**

moradias definitivas  
em construção em São  
Sebastião

**300**

famílias abrigadas  
temporariamente em  
apartamentos em  
Bertioga

**R\$ 800 milhões**

em recursos estaduais  
disponibilizados para a  
recuperação do Litoral  
Norte

**3,5 mil**

Emissão gratuita  
de documentos no  
Poupatempo Móvel

Secretaria de  
**Comunicação**



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO  
SÃO PAULO SÃO TODOS

**S.S.P. .GOV.BR**

