

**Prêmio Jatobá PR 2023****Ficha técnica para inscrição do case “SP Mulher e Não se Cale: desarmar opiniões para construir reputação”**

Informações indicadas no Regulamento do Prêmio Jatobá PR 2023, Capítulo XIII, Art. 22º, item 2:

**a – Tipo de Organização:** Grande Agência

**b – Título com no máximo 90 caracteres:** SP Mulher e Não se Cale: desarmar opiniões para construir reputação

**c - Uma sinopse do case com no máximo 400 caracteres (somados espaços e pontuação).**

A reputação positiva da recém-criada Secretaria Estadual de Políticas para a Mulher de São Paulo é fruto de um planejamento para desconstruir críticas por meio de agenda positiva, técnica e com foco no pioneirismo da pasta em SP. A alavanca foi o Não se Cale, protocolo da gestão para proteger mulheres em estabelecimentos. A presença na imprensa triplicou, com 95% de sentimento positivo/neutro.

**d - Cronograma, assinalando as etapas básicas planejadas e cumpridas.**

Janeiro/2023: início da atual gestão do Governo de SP e criação da Secretaria Estadual de Políticas para a Mulher, inédita no Estado e dedicada a articular políticas de forma transversal e intersecretarial. O cenário nacional é complexo devido a questões político-ideológicas que permeavam a opinião pública e a cobertura da imprensa, impactando inclusive as percepções sobre a titular da pasta - a vereadora paulistana Sonaira Fernandes.

Fevereiro/2023: início da vigência do contrato com o Governo de SP para atendimento à Secretaria Estadual de Políticas para a Mulher. O planejamento estratégico para construção da reputação é elaborado e colocado em prática, com foco em serviços e ações relacionadas aos três pilares da pasta - segurança, saúde e empreendedorismo feminino. Começa a construção de uma agenda positiva, com as principais pautas do mês direcionadas à proteção das mulheres do Litoral Norte paulista no contexto de enfrentamento das tragédias provocadas por fortes chuvas. Paralelamente, a comunicação inicia

uma busca ativa por iniciativas de outros órgãos do Estado para unir sob o guarda-chuva das políticas pró-mulher

Março/2023: elaboração de Q&As e pontos de fala e treinamento da Secretária para pactuar mensagens-chave aderentes à estratégia reputacional, distanciando temas sensíveis e focando nos aspectos técnico e de serviços do projeto. Neste contexto, ações conectadas aos demais pilares da pasta passam a integrar essa narrativa: a Semana Una-se, Mulher amplifica a visibilidade de serviços e programas de Governo para o público feminino. A frente da saúde também ganha corpo com a agenda das “carretas da mamografia”, levando exames ao interior em parceria com a Secretaria Estadual de Saúde. O incentivo à autonomia financeira é impulsionado com o anúncio da disponibilização das linhas de crédito Desenvolve Mulher e Desenvolve Mulher Sustentável, em parceria com a agência estadual Desenvolve SP, bem como à criação do Grupo de Trabalho (GT) Estabelecimento Amigo da Mulher - o berço do protocolo Não se Cale (que ainda não tinha este nome), que no decorrer dos primeiros nove meses de gestão se consolidaria como grande alavanca para a imagem da SP Mulher. A partir deste mês, ampliamos a sentimentalização positiva nos resultados de PR, saindo de 55% para 70%, conquistando um patamar que se sustentou nos meses subsequentes. Seguindo o jeito de ser e fazer totalmente PRigital (PR + Digital) da FSB Holding, também inserimos o cliente no ambiente digital, com a criação, nutrição e sustentação de seus perfis no Instagram, Facebook e Twitter para potencializar a visibilidade da agenda positiva em sintonia com a frente de imprensa.

Abril/2023: as táticas de PR contribuem para a abordagem se tornar cada vez mais institucional e menos política. Nesse mês, expertise da FSB no gerenciamento de crises também entra em campo, diante de reportagens que correlacionavam a situação orçamentária da pasta e o crescimento de indicadores de feminicídio e estupros no território paulista. Este cenário reforçou a relevância de uma Secretaria atenta e atuante para combater a violência contra a mulher, gerindo um GT justamente com a finalidade de estabelecer fluxos de acolhimento às vítimas em bares, restaurantes, casas de espetáculos e similares.

Maio a Julho/2023: no decorrer desses três meses, a SP Mulher se posiciona em novos espaços, incluindo um estande na feira Agrishow 2023, uma das maiores do setor; e a inauguração do novo Hospital da Mulher de São Bernardo do Campo, equipamento municipal que contou com recursos do Governo do Estado. Os avanços do GT Estabelecimento Amigo da Mulher também seguem em divulgação. Paralelamente, surgem novas demandas envolvendo o uso de recursos públicos e o orçamento da pasta, motivadas principalmente pelas cobranças de prestação de contas por parte da Alesp -

Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. A FSB Holding apoiou na construção do discurso para esse enfrentamento, reforçando aspectos técnicos e importância da transparência na comunicação pública. Em julho, traçamos o planejamento estratégico para o lançamento do protocolo Não se Cale, do pré ao pós-evento, incluindo sustentação até o final do ano.

Agosto/2023: este é um mês de virada de ponteiro reputacional para a Secretaria Estadual de Políticas para a Mulher, potencializado principalmente com o lançamento do protocolo Não se Cale logo no dia 1º do Agosto Lilás, mês de combate à violência contra a mulher. O evento de anúncio ocorreu no Palácio dos Bandeirantes - sede do Governo - com recorde de público, ultrapassando 800 convidados entre representantes das entidades de classe do Grupo de Trabalho que construiu os fluxos de acolhimento e as regras para os estabelecimentos fixadas pela nova legislação. Na ocasião, também foi apresentada a campanha publicitária SP por Todas, criada pela Secretaria de Comunicação para promover o protocolo e difundir um novo gesto de socorro para vítimas - fácil, rápido e discreto, feito com três movimentos: mão aberta para cima, polegar flexionado ao centro e, por fim, demais dedos cobrindo o polegar. O bom relacionamento e dedicação do time de PR garantiu a cobertura deste momento pelas principais emissoras de TV, rádio, impresso e online. Destaque para exclusiva na Folha de S. Paulo na coluna da Mônica Bergamo simultânea ao início do evento, e para o encerramento do dia com matéria didática e completa no SP2 da TV Globo, com a repórter realizando o passo a passo do gesto de socorro em link dentro do Palácio.

O Não se Cale também plugou-se ao Abrigo Amigo, iniciativa da Secom com a Eletromidia para apoio às usuárias no transporte público - que passaram a contar com apoio a um simples toque em painéis de pontos de ônibus instalados em áreas estratégicas da Capital. E, ainda no eixo de proteção das mulheres, a pasta anuncia a criação de um novo Grupo de Trabalho, este para regulamentar a legislação que prevê pagamento de auxílio-aluguel para vítimas de violência doméstica.

Estes elementos contribuíram para atingirmos recordes em nossos principais KPIs (Key Performance Indicators): o número de reportagens mensal triplicou em relação à série histórica ao ultrapassar 861 matérias, com sentimento positivo acima de 95% - mais de 20 pontos percentuais acima da média. Além disso, o trabalho de comunicação foi o responsável por impulsionar o número de inscrições na primeira turma do curso do protocolo Não se Cale. Do dia 16 para 17 de agosto, a veiculação de reportagens pautadas pela comunicação fez saltar de 345 para 1.018 inscritos, chegando ao marco dos primeiros mil profissionais engajados por meio da nossa divulgação. E novos saltos aconteceram no decorrer do mês. Na última semana do prazo final de inscrições da primeira turma, nossas divulgações e entrevistas fizeram com

que o balanço triplicasse novamente, de 3.163 no dia 21/8 para 10.088 no dia 28/8.

Setembro/2023: novas e grandes ações da SP Mulher contribuem para somar e dar perenidade às nossas conquistas reputacionais durante os primeiros nove meses de existência da pasta. Na primeira quinzena do mês, a imprensa dos trades de Entretenimento/Lazer e de Alimentos/Bebidas deu visibilidade à presença do protocolo Não se Cale nos cinco dias do festival The Town por meio de cartazes em banheiros e bares - conforme determina a lei - e no estande do Governo de SP. E, coroando todo esse processo de construção de imagem e a bandeira da proteção da mulher, realizamos entrega PRigital real time no I Fórum da Mulher Paulista, que reuniu 1000 gestores de mais de 170 Prefeituras de SP em dois dias de programação para fomentar a criação de Políticas municipais de combate aos diversos tipos de violência. Menos de uma semana depois do evento, cidades como Suzano já começam a anunciar a criação de suas próprias OPMs (Organização de Políticas para a Mulher). Mais uma vez, a FSB Holding marcou presença muito além do PR e contribuiu para posicionar a pasta na vanguarda da luta pelas mulheres no Poder Executivo nacional.

**e - Orçamento (informação opcional, mas relevante para apoiar as decisões do júri, e que será mantida em sigilo).**

O projeto foi integralmente realizado pela equipe de atendimento prevista em contrato.

**f - Número de pessoas que atuaram no projeto:**

Treze (13) profissionais

**g - Detalhamento da equipe, com os nomes e as respectivas funções**

Profissionais envolvidos:

Gestão:

- Diretora de Núcleo Contas Públicas SP: Paula Pereira
- Gerente do Núcleo Governo SP: Isabela Salgueiro
- Gerente de Planejamento do Núcleo Governo SP: Emily Gonçalves

Equipe de Atendimento:

- Coordenadora de Comunicação: Mônica Quiquinato
- Consultora Senior: Graziela Massonetto
- Consultora Senior: Luly Zonta

Equipe de Digital:

- Gerente de estratégia digital: Caroline Valente
- Coordenadora de Redes Sociais: Paula Braga
- Redator de Redes Sociais: Bruno Moraes
- Diretor de arte: June Weishaupt
- Diretor de arte: Pedro Nicola
- Diretor de arte: Lara Rodrigues
- Diretor de arte: Fabio Catena