

SP Sem Fogo – Comunicação Sempre Alerta

Tipo de organização

Administração Pública Direta – Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo

Categoria

Campanha institucional / Utilidade pública

Período

Novembro de 2023 até o momento

Sinopse

Plano de comunicação 360º elaborado para divulgar em tempo real medidas de prevenção e enfrentamento do Governo de São Paulo aos incêndios florestais durante a estiagem de 2024. A campanha coordenada pela Secretaria de Comunicação do Estado (Secom) integrou à estratégia ações de marketing, digital, relações públicas, assessoria de imprensa de todos os órgãos estaduais envolvidos e produção de conteúdo distribuído ao longo das diferentes fases da Operação SP Sem Fogo. Entre os principais objetivos está a conscientização para evitar queimadas desencadeadas por ações humanas e divulgar de maneira ágil as medidas para mitigar os impactos à vida e ao meio ambiente.

Agência parceira

Grupo In Press

Cronograma ampliado das principais ações

Novembro de 2023 a Março de 2024 (Fase Verde da Operação SP Sem Fogo)

Planejamento das ações de comunicação com relação as ações e medidas de preparação da Defesa Civil Estadual para o período de escassez de chuvas e risco de incêndios florestais, como treinamento de equipe com a participação de agricultores. Divulgação do lançamento do programa São Paulo Sempre Alerta.

Abril e Maio de 2024 (Fase Amarela da Operação SP Sem Fogo)

Produção e início de divulgação de alertas contra incêndio

Criação de estratégia com números consolidados e compartilhada com as secretarias envolvidas

Entrega vídeo institucional com big numbers e atuação das corporações

Junho de 2024 até o momento (Fase Vermelha da Operação SP Sem Fogo)

Lançamento da Operação São Paulo Sem Fogo com participação de autoridades estaduais para anúncio das medidas de prevenção e coletiva no Palácio dos Bandeirantes

Início da fase vermelha da Operação SP Sem Fogo com um Dia de Campo com a imprensa no Parque Estadual do Juquery, em Franco da Rocha, onde houve incêndio provocado por balão em 2021. A ação intensificou os trabalhos para prevenir e combater focos de incêndio em áreas de mata durante o período mais seco do ano, que vai até outubro.

Início da campanha de marketing SP Sem Fogo em mídias diversas: tvs, rádios, impresso, digital, OOH, entre outros.

Divulgação da campanha em locais de grande fluxo de pessoas, como Metrô e CPTM, por meio de TV e painéis digitais nas estações

Collabs em redes sociais e ações off-line demais órgãos estaduais envolvidos na Operação
Divulgação nos pedágios das rodovias parceiras.

Entrega de cartazes e filipetas para parceiros privados e em praças de pedágios.

Releases com detalhamento sobre a ação estratégica e tecnológica da Defesa Civil com o Mapa de Risco de Incêndio.

Releases sobre a Operação e orientações à população sobre os cuidados e prevenção de incêndios.

Divulgação do plano com diretrizes de prevenção e apoio aos municípios para mitigar impactos da estiagem até o fim de 2024. As medidas vão desde apoio financeiro e auxílio para aquisição de equipamentos até campanhas de conscientização.

Divulgação para os veículos de comunicação e redes sociais da criação de Gabinete de Crise para coordenação, articulação e concentração de informações do trabalho dos órgãos estaduais envolvidos.

Coordenação da Secom de todo o atendimento às demandas de imprensa sobre a Operação, com a finalidade de unificar as informações e dados.

O Governo de SP disponibilizou porta-vozes qualificados para concederem entrevistas aos veículos de imprensa sobre as diversas áreas envolvidas na operação, durante intensificação de queimadas. Todos com briefings completos (gerais e das suas áreas) e atualizados em tempo real.

A Secom também centralizou a produção e o envio de boletins informativos à imprensa durante todo o período mais crítico. Os materiais reuniam todas as informações de utilidade pública, tais como: situação dos focos de incêndio no estado; operação de combate ao fogo; rodovias bloqueadas; fechamento de parques florestais; plano de atendimento de saúde por conta de agravamento de quadro respiratório; o que fazer em situações de incêndio; como e quando chamar o corpo de bombeiros; como denunciar suspeitos de causar incêndios criminosos, entre outras.

Profissionais envolvidos nas ações de comunicação do Governo do Estado

Mais de 100 profissionais de comunicação atuando na produção de conteúdo, assessoria de imprensa, comunicação digital, produção de conteúdo multimídia (vídeo, fotografia e áudio) e marketing.

Organograma de produção do case

Lais Vita – Secretária de Comunicação

Cecilia Mantovan – Secretária Executiva de Comunicação

Flávio Benvenuto e Vinicius Traldi – Coordenação de Imprensa

Gustavo Schmitt – Coordenação da Agência SP

Vanessa Selicani – Subeditora de Conteúdo da Agência SP

Roberta Schiazza – Coordenação de Articulação e Projetos Especiais

Odil David – Coordenação de Briefing

Paulo Sampaio – Assessor técnico Data_Lab

Ebert Jampietri – Coordenação de Audiovisual

Danielle Cambraia e Marcella Smith – Coordenação de Meios Digitais