



SP SEM FOGO

COMUNICAÇÃO SEMPRE ALERTA

PRÊMIO JATOBÁ | CASE



Conscientização e informação ao cidadão

Prevenir queimadas, como agir em situações de risco e denunciar incêndios criminosos



Contexto

O Governo de SP lançou no final de 2023 a Operação SP Sempre Alerta, focada na prevenção de desastres e prontidão para eventos climáticos extremos, desdobrando-se na SP Sem Fogo para intensificar o combate aos incêndios.

O principal desafio foi engajar a população com um plano estratégico faseado, por meio de uma comunicação que prioriza orientações, esclarecimentos e acompanhamento dos alertas encaminhados pela Defesa Civil em diversas plataformas como SMS, Whatsapp, redes sociais, entre outros.



Comunicação **Sempre Alerta**

SP sem Fogo é um desdobramento no período mais crítico de estiagem da fase vermelha do SP Sempre Alerta



Estratégia de comunicação (Linha do tempo)



Comunicação oficial **centralizada e em tempo real**

Informação institucional contra a desinformação

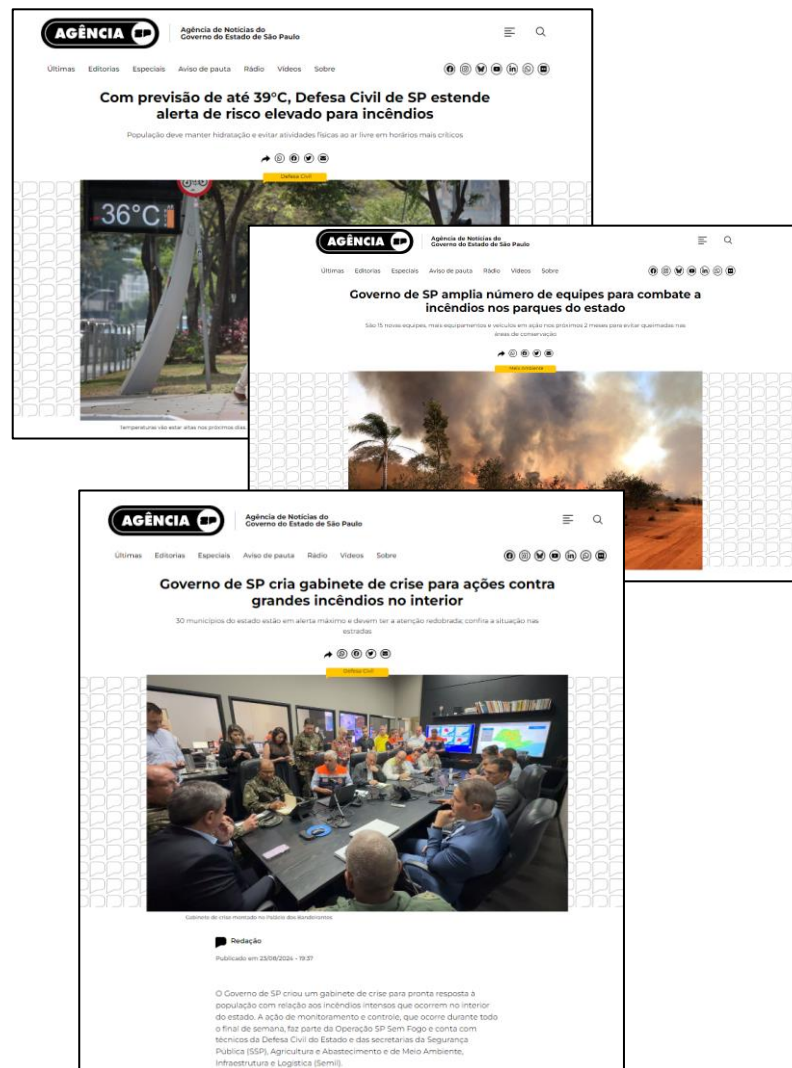


Centralização dos comunicados oficiais

Várias instituições envolvidas exigiram uma estratégia pautada pela Secretaria de Comunicação (SECOM) e pela Agência SP, que diariamente divulgou boletins envolvendo todos os temas, órgãos e atuação no âmbito estadual. A voz do Governo de SP contra o fogo.

Informação em tempo real

Articulados por meio da SECOM, os conteúdos trouxeram transparência e credibilidade para a imprensa e para a população, evitando a desinformação.



Estratégia 360° e integrada em todo o Governo

Atuação em tempo real, informando e levando serviços à população



Quem?

A SECOM e as Assessorias de Comunicação (ASCOMs) dos órgãos estaduais envolvidos executaram uma estratégia 360° para alcançar a população em quatro principais grupos.

- Pessoas em deslocamento nas estradas
- Produtores do setor agrícola
- Pessoas afetadas pelas queimadas
- Agentes estaduais e locais envolvidos na Operação

Onde?

Estudos científicos de cenários de vulnerabilidade à seca e estiagem no contexto das mudanças climáticas ajudaram a calibrar estratégias de comunicação regionalizada, com foco nas ações de conscientização de quem mora nas áreas mais suscetíveis.



Por que?

Serviço de utilidade pública ligando a população ao Corpo de Bombeiros, polícia para denúncias de incêndios criminosos e resgate de animais silvestres feridos. Também foram divulgados amplamente os cuidados com a saúde, reforço no atendimento da rede estadual e a situação da qualidade do ar.

Comunicados e alertas rápidos e regionalizados para que a informação chegasse à população a tempo de tomar medidas de segurança e proteção;

Conscientização sobre práticas que podem resultar em incêndios e comportamentos de grande perigo ao meio ambiente e à saúde humana.

Campanha de publicidade: **prevenção e conscientização**

Você também é um herói na luta contra os incêndios



Comunicação, direcionada à população, agricultores, motoristas, turistas e agentes ambientais, destacou os principais causadores do fogo: soltura de balões, fogueiras, queima de lixo e alertou sobre a prática ilegal da queima de cana-de-açúcar.

A campanha reforçou a necessidade de mudança de comportamento em três frentes: **pensamentos, sentimentos e ações**, destacando que atitudes individuais afetam o coletivo. Atuamos com a seguinte estratégia de mídia para alcançar os públicos:

TV Aberta: recebeu a maior parte do investimento para dar ampla visibilidade em todo o Estado.

Rádios: capital e do interior, especialmente em áreas com alto índice de queimadas.

Salas de Cinema: para captar a atenção do público em um ambiente de alta concentração.

Mídias OOH e DOOH: painéis rodoviários e adesivagem em cancelas e cabines de pedágio, com foco em motoristas e viajantes. Além disso, houve uma ativação imersiva nas estações de trem e metrô da capital paulista.

Digital: Anúncios em portais e redes sociais para promover um engajamento interativo e direcionado.



A maior operação de combate a incêndios florestais da história

Assessoria de imprensa e digital: comunicação integrada a serviço da população



Esforços de combate

Conteúdo da coletiva concedida pelo Governador Tarcísio de Freitas sobre os esforços para combater os incêndios florestais.

Resultado nas redes sociais:

Alcance: 275.140

Impressões: 311.471

Interações: 13.854



Governador sobrevoa áreas atingidas

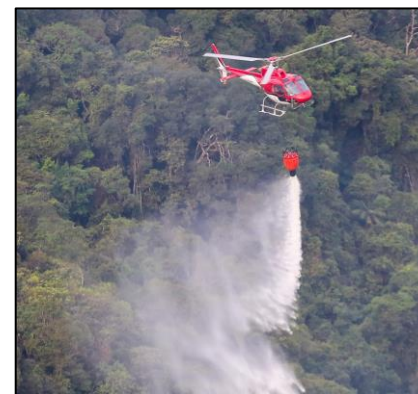
O vídeo mostrou o envolvimento do Governador nas ações de combate ao fogo, mostrando a presença efetiva do Estado.

Resultado nas redes sociais:

Impressões: 32.215

Views: 5.084

Reações: 147



Fechamento de parques

O conteúdo nas redes abordou a ação do Governo no fechamento do núcleo da Cantareira e dos parques estaduais para prevenção aos incêndios.

O alto volume de impressões e alcance registradas indica a relevância do assunto nas redes.

Resultado nas redes sociais:

Alcance: 187.281

Impressões: 232.591

Interações: 8.700



Criação do Gabinete de crise

Ações transversais e intersecretarias para responder e apoiar prontamente à população.

A força-tarefa contra incêndios mobilizou mais de **15 mil pessoas e 2.200 veículos**.

No período mais crítico, o Governo autorizou **13,5 mil novas vagas de jornada extra** para atuação do Corpo de Bombeiros.



Tecnologia para combater o fogo

A maior frota já mobilizada com 30 aeronaves.

O monitoramento permanente por satélite dos focos de incêndio, das condições climáticas e da previsão meteorológica permitiram planejar ações e deslocamento de efetivo, veículos terrestres e aeronaves.

O investimento na operação foi de R\$ 5,9 milhões.



Assessoria de imprensa e digital: **comunicação diversa e multitemas**

Informação em tempo real, passo a passo das ações do estado e serviço à população



Plano emergencial de Saúde

Ampliação dos serviços de telemedicina, com médicos do HC disponíveis 24h por dia para orientar as equipes de saúde e encaminhar os casos mais graves para hospitais de referência

Criação de Posto Avançado em Ribeirão Preto, uma das regiões mais atingidas



Denúncias de incêndios criminosos

A ampla ação de comunicação realizada para conscientizar sobre o que pode resultar em incêndios criminosos e como agir nessas situações resultou em dezenas de denúncias que, até o final de setembro, já chegava a 40 suspeitos presos.



Situação nas estradas

Durante o final de semana de maior ocorrência de incêndios, o Governo de SP informou durante todo o dia a situação das estradas, pontos de interdição e locais com maior risco aos motoristas. Articulação com as concessionárias e distribuição de conteúdo regionalizado.



Crédito para apoiar o Agro

R\$ 110 milhões em créditos foram disponibilizados para produtores afetados pelos incêndios, sendo R\$ 100 milhões para o seguro rural e R\$ 10 milhões por meio de custeio emergencial. Comunicação setorizada e direta aos Produtores

Apoio para moradias atingidas

O Governo do Estado também anunciou que as propriedades rurais atingidas pelos incêndios poderão ser inseridas em programas habitacionais, com o objetivo de recuperar as moradias atingidas.



Chuva preta

O Governo de SP fez um alerta para a possibilidade de chuva preta, explicando o fenômeno e orientando sobre os cuidados que a população deveria tomar.

Resultado nas redes sociais:

Alcance: 856.133

Impressões: 918.068

Interações: 96.111

Publicidade de **alto impacto**

Período crítico na Capital do estado também foi foco

Em meio aos incêndios e a piora da qualidade do ar na cidade de São Paulo, levamos uma **ação de marketing de grande impacto às estações de trem, metrô e ônibus.**

Imagens de incêndios de grandes proporções com mensagens de conscientização chamaram **a atenção da população e dos veículos de imprensa,** que passaram a usar os espaços como cenário para matérias de orientações sobre os riscos de incêndio.



Resultados traduzem a **grandeza das ações**

Repercussão em redes sociais, veículos de comunicação e impacto da campanha publicitária



IMPRENSA

Conversamos com São Paulo e o Brasil

- **1,2 mil** publicações em mídia impressa
- **2,1 mil** publicações na web
- **1,2 mil** veiculações em televisão
- **1,3 mil** veiculações em rádio

73% de publicações positivas – considerando as notícias com a mensagem e a atuação do Estado.

+ de **700 entrevistas concedidas dos porta-vozes** do Governo de SP

+ de **3,6 mil jornalistas** receberam os materiais por meio dos canais de WhatsApp do Governo de SP

REDES SOCIAIS

Impacto em todos os canais

Redes utilizadas:

Facebook

Instagram

LinkedIn

TikTok

YouTube

- **136 Publicações**
- **Alcance:** 3.671.142
- **Impressões:** 4.006.628
- **Interações:** 208.848

CAMPANHA DE PUBLICIDADE

Atuação multiplataforma

TV aberta, paga e independente:

- 440 inserções
- **61 milhões de pessoas impactadas**

Rádios SP e Interior:

- 30.705 Inserções
- **41 milhões de pessoas impactadas**

Mídias OOH:

- 471 mil inserções
- **112 milhões de pessoas impactadas**

Público do meio digital:

- 60.177.459 de impressões
- **20 milhões de pessoas impactadas**

Fonte: Ibope Kanter e veículos de comunicação